

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม  
จังหวัดอุบลราชธานี



ศาสตราจารย์ วรพันธ์

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ของ พศวรรตร์ วรพันธ์

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....ประธาน

(ดร.ละเอียด ศิลาน้อย)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทวี)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ชวลีชัย ณ ถลาง)

.....กรรมการ

(ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล)

**อนุมัติ**

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

สิงหาคม 2559

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล ดร.ละเอียด คีลาน้อย ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทวี และ ดร.ธารินทร์ รสานนท์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ ดร.สันติธร ภูริภักดี ดร.ทัศน์ย์ ปัทมสนธิ์ ดร.จิตนภา สมบูรณ์ศิลป์ ดร.ทองระวี คีลาน้อย และ ดร.ณัฐฉิณี ทองดี ในความอนุเคราะห์การตรวจสอบเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

กราบขอบพระคุณ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนภาคชุมชน อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ในการอนุเคราะห์เวลาในการสัมภาษณ์ เพื่อให้งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

กราบขอบพระคุณ คุณวิชัย สหัสพล ที่ให้ความเมตตาในการสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ และขอบคุณเพื่อนนิสิตการท่องเที่ยว 57 ที่ให้การช่วยเหลือกันด้วยดีตลอดมา

ขอบพระคุณบิดา มารดา และ “คนข้างกาย” ที่อยู่เคียงข้างตลอดเวลา ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และญาติ ๆ สำหรับกำลังใจ ตลอดจนให้การสนับสนุนในทุกเรื่องด้วยดีตลอดมา เพื่อนแดน ผู้จุดประกายคนแรก และคอยให้กำลังใจตลอดเวลา รวมถึงคำแนะนำต่าง ๆ ทำให้ประสบผลสำเร็จในครั้งนี้

พศวรรตร์ วรพันธ์

**ชื่อเรื่อง:** แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**ผู้วิจัย:** พศวรรตรี วรพันธ์ วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2559

**ประธานที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง, **กรรมการที่ปรึกษา:** ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล

**คำสำคัญ:** แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี 2) ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนา โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพ โสด มีระดับการศึกษา คือ ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ รับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท โดยพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว คือ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม วนอุทยานหวนะ คือ รถบัสคณะทัวร์ บุคคลที่ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน ช่วงเวลาคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ สถานที่พักแรม คือ โรงแรม งบประมาณใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาท โดย อายุ อาชีพและสถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และนักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ด้านศักยภาพของพื้นที่ และด้านงบประมาณ ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ และชุมชน ด้านผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และสังคม ต้องมีแนวทางในการป้องกัน ตลอดจนสร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อจะได้รองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต

**Title:** GUIDELINES FOR ECO–TOURISM DEVELOPMENT IN KHONG CHIAM DISTRICT, UBON RATCHATHANI PROVINCE, THAILAND.

**Author:** Phasawat Wariphan Theses: M.A. (Hotel and Tourism Manangement), University of Phayao, 2016

**Advisor:** Assoc. Prof. Chawalee Na Thalang, **Co–advisor:** Dr. Sahanon Tungbenchasirikul

**Keywords:** Eco–tourism Development

### ABSTRACT

This research aimed to 1) Study Thai tourist’s behavior by demographic data. 2) Research the marketing mix factors of the tourist’s requirement in tourism development in Khong Chiam District, Ubon Ratchathani Province. 3) Compare the marketing mix factors of tourists’ requirement in tourism development the area of Khong Chiam district, Ubon Ratchathani Province. And 4) Propose the guidelines for Eco–Tourism development in Khong Chiam District, Ubon Ratchathani Province.Thailand.

The results found that Majority of tourists who traveled in Eco–Tourism In Khong Chiam Distric, Ubon Ratchathani Province were female, the age between 20–30 years, The marital status was Single, the education level was Bachelor degree. Most of the sampling group worked at Government who had income under 15,000 baht per month. In the behavior of tourists, they always traveled with their friend on weekend. Their expense were more 2,000 bath. The most significant marketing mix factor of tourists’ requirement in tourism development was products. The guidelines for Eco–Tourism development in Khong Chiam district, Ubon Ratchathani Province were indicated the need of marketing analysis, budget, supporting and developing of tourism including positive and negative externality of environment. All of these needed the support from government authority, private organization and community in order to be able to fulfill the requirement of the tourists in the future.

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	8
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps).....	35
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว.....	38
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	40
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	60
การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	65
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	67

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	70
การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	70
<b>4 ผลการวิจัย .....</b>	<b>72</b>
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ.....	72
ตอนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับการมา ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัด อุบลราชธานี .....	73
ตอนที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	78
ตอนที่ 1.3 ทดสอบสมมติฐาน .....	82
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ.....	237
<b>5 บทสรุป .....</b>	<b>259</b>
สรุปผลการวิจัย .....	261
อภิปรายผลการวิจัย.....	267
ข้อเสนอแนะ .....	271
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>273</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>280</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักท่องเที่ยว.....	281
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ภาครัฐและภาคชุมชน.....	288
ภาคผนวก ค ภาพประกอบแหล่งท่องเที่ยว.....	289



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ประวัติผู้วิจัย .....	294



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	60
2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	73
3 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	75
4 ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	79
5 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	82
6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	86
7 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	90
8 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	93
9 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	97
10 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	102
11 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	106
12 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ.....	108
13 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ.....	113
14 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	119

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลาย ของสถานที่ท่องเที่ยว.....	119
16 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ ของนักท่องเที่ยว .....	120
17 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา.....	121
18 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา ในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม .....	122
19 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทาง การจำหน่าย ในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว.....	123
20 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทาง การจำหน่าย ในประเด็นที่มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภท ออนไลน์.....	124
21 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทาง การจำหน่าย ในประเด็นที่มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า .....	125

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	125
23 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง .....	126
24 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็น ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม.....	127
25 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร .....	128
26 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ...	128
27 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ .....	129
28 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการ ในประเด็นมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว .....	130
29 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	131

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว.....	135
31 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว.....	136
32 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นพื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ .....	136
33 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามการศึกษาสูงสุด .....	137
34 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว.....	141
35 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา.....	142
36 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม .....	142
37 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม .....	143
38 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด .....	143

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง .....	144
40 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ...	145
41 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร .....	145
42 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ .....	146
43 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ .....	146
44 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ...	147
45 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว .....	147
46 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว .....	148

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
47 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นพื้นที่จอตระถึมีความเพียงพอต่อการบริการ .....	149
48 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ .....	149
49 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว .....	157
50 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว.....	159
51 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม.....	161
52 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว.....	163
53 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย.....	165
54 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นให้มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว .....	167

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นมีความสะดวกในการจองสถานที่พักรวมประเภทออนไลน์.....	169
56 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นมีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม .....	171
57 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นมีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว .....	173
58 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นมีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า .....	175
59 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง .....	177
60 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร .....	179
61 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ .....	181



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
62 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ .....	183
63 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ...	185
64 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันท่องเที่ยว .....	187
65 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ .....	189
66 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการ ให้บริการ .....	191
67 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการ ให้บริการ ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทาง การเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว.....	193
68 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการ ให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว .....	195
69 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	197

## สารบัญตาราง (ต่อ)

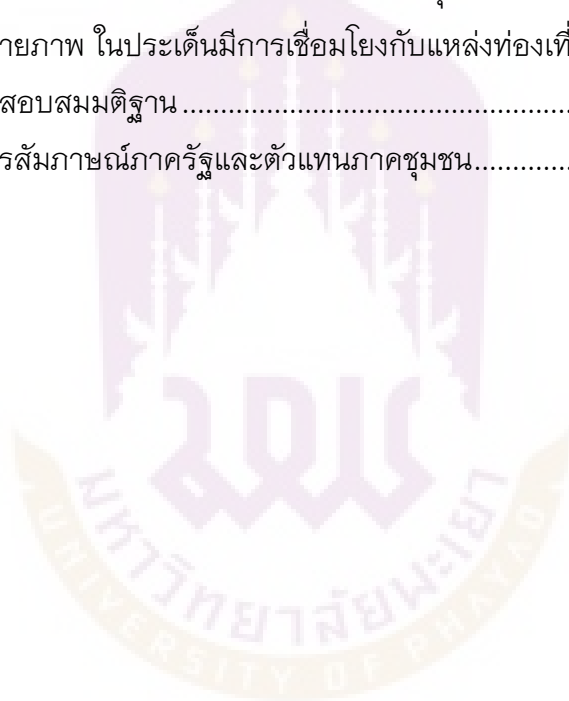
ตาราง	หน้า
70 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา ในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม .....	202
71 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย .....	204
72 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ในประเด็นมีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม.....	206
73 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	208
74 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น .....	210
75 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม .....	212
76 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็น บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ .....	214

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็น บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ..	216
78 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ .....	218
79 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว.....	220
80 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีป้าย/สัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว .....	222
81 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว .....	224
82 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว .....	226
83 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ .....	228
84 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ....	230

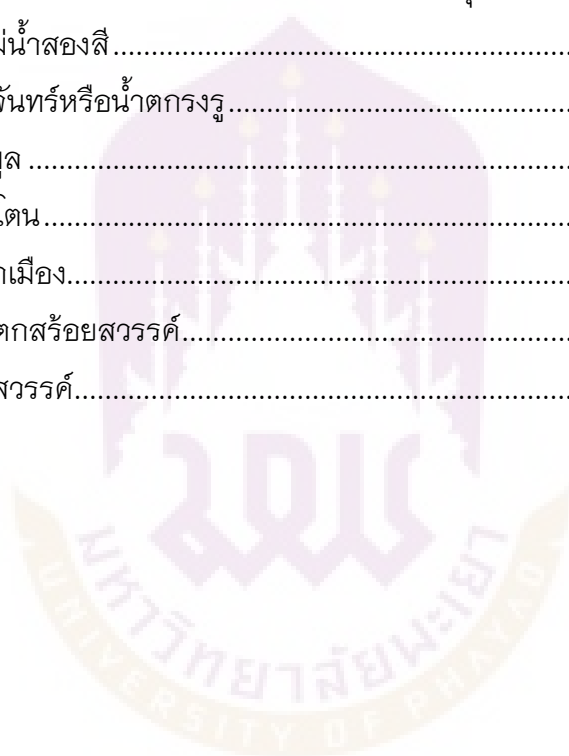
## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
85 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอต่อการบริการ.....	232
86 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง.....	234
87 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	236
88 สรุปผลการสัมภาษณ์ภาคีรัฐและตัวแทนภาคชุมชน.....	255



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	290
3 ลานเสนาเฉลียง อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	290
4 อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.....	291
5 จุดชมวิวม่าน้ำสองสี.....	291
6 น้ำตกแสงจันทร์หรือน้ำตกกรงู.....	292
7 เขื่อนปากมูล .....	292
8 น้ำตกตาดโตน.....	293
9 น้ำตกทุ่งนาเมือง.....	293
10 ทางเข้าน้ำตกสร้อยสวรรค์.....	294
11 วัดถ้ำคูหาสวรรค์.....	294



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติ เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2552 มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดทำยุทธศาสตร์แผนงานฟื้นฟูวิกฤตการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน ตลอดจนสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน เกิดการสร้างรายได้และการกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า ชายฝั่งทะเล แนวปะการัง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัดวาอาราม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว ปัจจุบันการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์หลักในการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องมาทบทวนว่าการท่องเที่ยวไทยมีศักยภาพมีข้อได้เปรียบในด้านใดบ้างมีความยั่งยืนเพียงใด ตลอดจนควรมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง เพื่อรองรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะในด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อเกิดศักยภาพในการบริการ นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับคำว่า

การท่องเที่ยวอย่างแท้จริง (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เป็นแนวทางหนึ่งที่ถูกนำมาพิจารณาเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฟื้นฟูสภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมและยังเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ต้องถูกทำลายไป อันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและส่งผลดีต่อชีวิตและความ เป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้น โดยมีแนวโน้ม 2 ประการมาบรรจบกัน คือแนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมและการสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็น รูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งจุดมุ่งหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การสร้าง สมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างกระแสการอนุรักษ์ และกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านระบบนิเวศของทรัพยากร การท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของสิ่งแวดล้อมต่อสังคมหรือต่อชุมชน นั้น ๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นอีกวิธีที่จะแก้ปัญหาในเรื่องการสร้างรายได้ การกระจายรายได้ ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยไม่ก่อให้เกิดการทำลาย ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่งผลให้ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวดำรงอยู่ ตลอดไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

ปัจจุบันพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ เพื่อศึกษาระบบนิเวศ ความหลากหลายของพืช และสัตว์มากขึ้น เมื่อมีการขยายแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มจำนวนขึ้น ของนักท่องเที่ยว สิ่งก็ตามมาคือก่อให้เกิดผลเสียต่าง ๆ เช่น เกิดความเสียหายหรือความ เสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีแต่เดิม รวมทั้งคุณภาพของทรัพยากรนั้นจะค่อยลง เกิดมลภาวะทางน้ำ อากาศเสีย เกิดการสูญเสียของพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ในท้องถิ่น ตลอดจน เกิดการทำลายสภาพภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติ เพื่อให้สิ่งแวดล้อมยังคงอยู่ต่อไปสิ่งหนึ่งที่จะ ช่วยได้ คือ การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมี กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกแห่งการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ควรให้ความรู้กับชุมชน และนักท่องเที่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพตลอดเส้นทาง

เดินท่องเที่ยว (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2554) อย่างไรก็ตามการจัดการจัดการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องมีการจัดการแผนการตลาดทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการชักจูงนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในสถานที่เป้าหมาย (ยุพาวรรณ วรณวาณิชย์, 2554) ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน การให้ความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้มีความพร้อมของศักยภาพทางด้านต่าง ๆ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยการนำเครื่องมือทางการตลาดมาช่วยวิเคราะห์และประเมินค่าในการหาแนวทางในการส่งเสริมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ การนำหลักส่วนประสมการตลาด (7P's) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และประเมินค่าความต้องการของนักท่องเที่ยวนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's) โดยแยกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วย

อำเภอโขงเจียม (Amphoe Khong Chiam) จังหวัดอุบลราชธานี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ซึ่งในแผนปฏิบัติการการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เช่น อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จุดชมวิวแม่น้ำสองสี รวมอยู่ในแผนการพัฒนานี้ด้วย แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน มุ่งเน้นการท่องเที่ยวให้เกิดการศึกษา การเรียนรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดการหวงแหนทรัพยากร เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน การพัฒนาการท่องเที่ยวได้มีการเริ่มนำแนวคิดการอนุรักษ์เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คงไว้ซึ่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอันงดงาม ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชน และช่วยกันอนุรักษ์สืบต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดและยั่งยืน



### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังนี้

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 9 แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แม่น้ำสองสี อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เขื่อนปากมูล น้ำตกแสงจันทร์ น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกตาดโตน น้ำตกทุ่งนาเมือง และวัดถ้ำคูหาสวรรค์

### **ขอบเขตด้านประชากร**

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีประชากรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐและตัวแทนภาคชุมชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จากหน่วยงานภาครัฐและตัวแทนภาคชุมชน ที่มีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อนำผลการวิจัยไปวางแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### **ขอบเขตด้านระยะเวลา**

ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2558–เดือนมกราคม

2559

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

**แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเพื่อศึกษา ชื่นชมและเพลิดเพลินในด้านทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งได้แก่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ แม่น้ำสองสี เขื่อนปากมูล น้ำตกแสงจันทร์ น้ำตกทุ่งนาเมือง น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกตาดโตน และวัดถ้ำคูหาสวรรค์

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ลักษณะที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่สามารถเข้าถึงและง่ายต่อการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**หน่วยงานภาครัฐ** หมายถึง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานขนส่งจังหวัดอุบลราชธานี สำนักปลัดอำเภอโขงเจียม และองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ

**ตัวแทนภาคชุมชน** หมายถึง ตัวแทนจากภาคประชาชนในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ตำบลโขงเจียม ตำบลห้วยยาง ตำบลนาโพธิ์กลาง ตำบลหนองใหญ่ และตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่จะแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการทางจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เช่น วัตถุประสงค์

ของการท่องเที่ยว สถานที่ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อนำมาใช้วัดความต้องการพัฒนาของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง การจัดการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบริการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว หรือการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนำหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การศึกษาทางการเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และการศึกษาผลกระทบทางสังคม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### **ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย**

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
2. ทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
4. ทำให้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป
5. ทำให้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ ต่อไป

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. ข้อมูลทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

#### ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้นิยามความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

องค์การสหประชาชาติจัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งและใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดมุ่งหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดมุ่งหมายที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายแหล่งด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความหมายมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ (สมาคมการตลาดท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

รชพร จันทรสว่าง (2546, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์อย่างที่คนส่วนมากเข้าใจกัน มีการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง ก็นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคมมาก ทำให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณี ทัศนคติความคิดเห็น การท่องเที่ยวยังมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการรักษาศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ในทางกลับกันการท่องเที่ยวก็มีส่วนทำให้ชนบทรอบเมืองประเพณีแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเสื่อมโทรมได้ ดังนั้น จึงมีการสร้างกระแสการอนุรักษ์รักษาสีงแวดล้อม โดยให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบางหรือที่สงวน นอกจากนี้ทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

ฉันทช วรรณถนอม (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การและการตลาดครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

นิคม จารุมณี (2535, หน้า 1) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง “การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัยประจำไปยังอีกที่หนึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivation) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ หรือเกียรติคุณ”

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ



ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

จากความหมายการท่องเที่ยว ได้มีผู้เชี่ยวชาญให้ความหมายไว้หลากหลายตามทัศนคติของแต่ละคน ผู้วิจัยขอสรุปความหมายการท่องเที่ยวได้ ดังนี้ การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่น ด้วยความสมัครใจในระยะสั้น ๆ และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนหรือเกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อน หย่อนใจ การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การประชุมสัมมนา การกีฬา เยี่ยมเยียนญาติมิตร นันทนาการ สุขภาพและศาสนา เป็นต้น แต่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ การหารายได้หรือไปอยู่ประจำ นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึงจุด ณ จุดหนึ่ง ที่การท่องเที่ยวได้ถูกพัฒนารูปแบบ ตลอดจนแนวคิดสู่การท่องเที่ยวและพยายามจะรักษาสมดุลทางการท่องเที่ยว รวมถึงสมดุลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้อนุชนคนรุ่นหลังจะยังคงมีธรรมชาติที่สวยงามต่อไปในอนาคต จึงทำให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ดังเช่นในปัจจุบัน

### **ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวดังกล่าว ล้วนแต่เป็นการปกป้องถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วยการท่องเที่ยวนี้ มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย



การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติและต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนชนบทธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539 อ้างอิงใน สฤกษ์ แสงอรัญญา, 2548)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้มีบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอที่สำคัญมีดังนี้

Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติโดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนจุนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น"

Elizabeth Boo (1990) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาระดับสูงและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม"

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น"

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับ

ทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ นั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย”

โดยสรุป ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมาจากนิยามศัพท์และความหมายของคำ "Ecotourism" นั้น ขึ้นอยู่กับพื้นฐานอาชีพ ความเข้าใจ และวัตถุประสงค์ของแต่ละคน หรือองค์กร ซึ่งในภาษาไทยอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" แต่ในที่สุดราชบัณฑิตยสถาน ได้พิจารณากำหนดคำศัพท์ Ecotourism ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” โดยข้อพิจารณาต่อมา คือ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าวข้างต้น เกือบทั้งหมดให้การยอมรับว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ที่มีลักษณะพิเศษเป็นของตัวเอง และแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (nature based tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่งและชายทะเล เป็นต้น แต่อาจหมายรวมถึง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หากสิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยหรือต่ำหรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ เพราะฉะนั้นการป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ และเข้าใจธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ (รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น) ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการคิด (วางแผน) การทำ (ปฏิบัติหรือดำเนินการ) และการติดตามตรวจสอบประเมินผลร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม

จากลักษณะดังกล่าวข้างต้น สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยัง แหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือ ความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทาง วัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลให้ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

### แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวนิเวศของ ราชบัณฑิตยสถาน (2558) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่ แหล่งธรรมชาติ โบราณสถานไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่าง ๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกัน ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้บ้าง ในระดับหนึ่ง คือ ยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยาน แห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ดอยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสก แก่งกระเจาน ฯลฯ

อย่างไรก็ตามหากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวนิเวศ ที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเคนยา และประเทศใน ทวีปอเมริกากลาง และอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากลเชื่อว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรเน้นการพัฒนา และการจัดการเฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว ที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

### **ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

### **วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจและการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย

### **องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ

ระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น ภาครัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยววันด้วยวิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์ สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ หรือแผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาวและขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

### **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายภาพธรรมชาติ บันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้ ดังที่กล่าวมา



ข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริม การศึกษาธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วย สร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนใน ท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพา ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะ ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กัน ไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบ สำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืนและยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่ง ในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่มีสาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการ อนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วง ทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายาม ผลสัมฤทธิ์ของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็น แหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็น ทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่น และ ระดับชาติ ซึ่งจะเป็แรงจูงใจให้แก่ราษฎรในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุน การสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ ผ่านมามนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมี ส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะ ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบ เห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการ ตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็น ปัญหาในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี พ.ศ.2535 กำหนด กระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้านคือ ความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ

ทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้และความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึงนำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตใต้สำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากแนวคิดการท่องเที่ยวเดิม ๆ ที่เน้นในเรื่องการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแต่เพียงมิติเดียว โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาคน ชุมชนและสังคม โดยการนำศักยภาพที่มีเป็นทุนเดิมของสังคมมาพัฒนาและจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการบูรณาการกิจกรรมด้านต่าง ๆ ในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยคำนึงถึงบริบทของท้องถิ่นและสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริง (กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ดังนั้น โดยนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะเกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรงและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม

ธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้วยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรง และทางอ้อม นอกจากนี้จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

#### **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการมีส่วนร่วมของชุมชน**

มีการศึกษาวิจัยโดยชุมชนเป็นฐานในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงขาดการศึกษาประเมินความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตามได้มีสิ่งบ่งชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับชุมชนใดก็ตาม จะต้องเกิดจากความสนใจและความต้องการของสมาชิกชุมชนเองเป็นหลัก มิใช่หน่วยงานของทางราชการหรือองค์การภาคเอกชนหรือใครก็ตามไปยึดเยียดให้โดยที่ชุมชนไม่เต็มใจที่รับโครงการไว้ และมีส่วนร่วมอาจเพราะความเกรงใจเกรงบารมีหรืออำนาจตามวิถีธรรมชาติของชุมชนในชนบท

2. ความรู้และความตระหนักของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนจะยั่งยืนหรือไม่ ความรู้และความตระหนักนี้รวมไปถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนและศักยภาพ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน (ต้นทุนทางสังคม) และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ต้นทุนทางธรรมชาติแวดล้อม) หากดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความรู้อื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาและการบริหารจัดการ

3. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ชุมชนท้องถิ่นในชนบทส่วนใหญ่มักอยู่ในภาวะด้อยโอกาสในหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความรู้และทักษะในการพัฒนาและการจัดการ ยิ่งเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นงานบริการที่ต้องมีมาตรฐานขั้นต่ำ เพราะมีการแข่งขันทางการตลาดแล้วเป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นไม่คุ้นเคยก็เป็นสาเหตุทำให้เกิดความท้อแท้และไม่สามารถดำเนินการต่าง ๆ ตามความตั้งใจได้ ตรงจุดนี้หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนรวมทั้ง NGOs หรือผู้รู้ต่าง ๆ จะต้องเข้ามาสนับสนุนหรือช่วยเหลือ สร้างความ



เข้มแข็งให้แก่ชุมชนดังกล่าวในข้อ 2 อย่างจริงจังและต่อเนื่อง พร้อมสร้างภูมิทัศน์ทางานต่ออิทธิพลต่าง ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากการท่องเที่ยวด้วย

4. การตัดสินใจและการแบ่งปันประโยชน์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาให้รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการคิด การปฏิบัติ การแก้ไขปัญหาและการติดตามประเมินผลแบบครบวงจร ไม่ใช่ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด และที่สำคัญจะต้องมีกลไกและระบบการแบ่งปันรายได้หรือประโยชน์อื่น ๆ อันเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นธรรมและความโปร่งใส โดยเฉพาะประเด็นหลังนี้มักจะพบว่าเป็นสาเหตุของความไม่ยั่งยืนในการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นค่อนข้างสูงทีเดียว

#### **แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

การตอบรับหรือขานรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่อนข้างสูงมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นเมื่อประมาณ 10 ปีก่อนและขณะนี้การตอบรับดังกล่าวก็ยังคงมีแนวโน้มคืบหน้าไปเรื่อย ๆ ในกลุ่มของผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ผู้ดูแลอุทยานแห่งชาติได้วางกรอบนโยบายการท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ทั้งบกและทะเลเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางขึ้นกว่าแต่ก่อน พร้อมดำเนินการให้เกิดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยผ่านกระบวนการสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นต้น

ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศ ขยายการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนเพื่อศึกษาเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตน พร้อมหาความเพลิดเพลินกับแหล่งธรรมชาติบริเวณข้างเคียง บางแห่งมีการจัดที่พักแบบ Home stay เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หลายแห่งเริ่มหันมาให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แม้ส่วนใหญ่จะยังมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนตามแนวคิดและหลักการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างจำกัด

ส่วนราชการซึ่งมีที่ดินและทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างเช่น กระทรวงกลาโหม (ที่ดินทหารในจังหวัดต่าง ๆ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ฯลฯ) เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณลงไปพัฒนาที่ดินในความรับผิดชอบเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้างแล้วแต่ความเหมาะสม

ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และ NGOs ด้านการอนุรักษ์หลายราย มีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศและการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น พร้อมจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีใบอนุญาตประกอบอาชีพเป็นผู้นำ สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการเปิดหลักสูตรสอนเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบางสถาบันมีวิชาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรงและมีโครงการศึกษาวิจัย และ/หรือบริการทางวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามโอกาสจะอำนวย นอกจากนี้หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฯลฯ ก็ให้การสนับสนุนนักวิจัยทุกระดับ ดำเนินการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเด็นต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีบทบาทในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาตั้งแต่ต้น ตั้งแต่เป็นผู้นำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่ประเทศ สนับสนุนให้มีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทุกภูมิภาค กำหนดกรอบนโยบายและแบบปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศ ไปจนถึงเป็นสื่อกลางในการประสานการประชุมระดับชาติ และระดับท้องถิ่นมากมาย ต่างกรรมต่างวาระกัน รวมทั้งจัดให้มีเว็บไซต์ทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ [http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/cgi-bin/frame\\_main.asp](http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/cgi-bin/frame_main.asp)

### Home stay

Home stay ถือว่าเป็นสินค้า (product) ด้านการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่ โดยเฉพาะในประเทศไทย เท่าที่ทราบการดำเนินงานเรื่อง Home stay ในบ้านเรา มีพื้นที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จในช่วงต้นเพราะขาดการมองภาพในแบบองค์รวม โดยมักจะคิดกันว่า Home stay เป็นสินค้าตัวหลักแต่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบด้านการให้ความรู้หรือการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อมเกือบไม่ปรากฏเลย

โดย Home stay เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลากหลาย เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กันจนไม่อาจจะแยกออกได้ รวมไปถึงกิจกรรมพื้นบ้านอื่น ๆ ที่สมาชิกชุมชนร่วมกันจรรโลง ฯลฯ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินงานด้าน Home stay จำเป็นจะต้องให้เกิดความสมดุลกับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรักษา

ดูสภาพสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและควบคู่ไปกับประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนก็จะช่วยให้ Home stay มีคุณค่าโดดเด่นคู่ไปด้วย

Home stay แบบไทย ๆ หากจะให้เหมือนสากลในประเทศออสเตรเลีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมันนั้นไม่ได้ เพราะวิถีชีวิตความเป็นอยู่บ้านไทยไม่มีห้องพัก ส่วนตัวเหมือนต่างประเทศ เวลาปรับตัวก็ใช้ห้องโถง จึงหาความเป็นส่วนตัวไม่ค่อยได้

### Long stay

Long stay คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตามความหมายจาก Long stay Foundation หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลานานในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือ ไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ ลักษณะโดยทั่วไปของ Long stay คือ

1. ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานานคือ จะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไป แต่ต้องกลับมายังประเทศเดิมของตน
2. มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน
3. เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคือ การหาประสบการณ์ในต่างประเทศที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ในขณะที่ Long stay คือ การหาประสบการณ์ที่พบได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิตประจำวันในต่างประเทศ
4. ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่โรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
5. ต้องมีเงินทุนในประเทศของตนเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว กลุ่มนักเรียน นักศึกษาและเยาวชน เนื่องจากปัจจุบันมีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีตและปัจจุบัน มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้มีการศึกษามากยิ่งขึ้น จึงทำให้กลุ่มผู้เกษียณอายุการทำงาน และกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กรมประชาสัมพันธ์ ทบวงมหาวิทยาลัย สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น

### ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

โดยรวมผลกระทบจากการท่องเที่ยวคือ กระแสเงินตราและค่านิยมที่ผิด ๆ จากการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่อเป็นฐานรากสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืน และเป็นเกราะป้องกันกระแสความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลประโยชน์ในรูปของเงินตราที่มากับการท่องเที่ยว

เราเห็นตัวอย่างเรื่องการพัฒนาของประเทศมามาก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในด้านใดก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายในด้านลบมักจะตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบวกซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาลกลับถึงมือชุมชนชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างจำกัด เพราะกระบวนการของการพัฒนาเหล่านั้น ให้ความสำคัญหรือนำหนักกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมน้อยมากและบางกรณีการมีส่วนร่วมที่เปิดให้ก็มักจะเป็นช่วงปลายของโครงการหรือใกล้จบโครงการแล้ว จนชุมชนไม่อาจจะเตรียมตัวเตรียมใจรับสถานการณ์ได้ทัน เพราะเนื่องมาจากขาดองค์ความรู้ ข้อมูล และทักษะ ที่พร้อมจะรับผลพวงอันเกิดจากการพัฒนาได้ แทนที่การพัฒนาจะเป็นประโยชน์ แต่กลับเป็นผลเสียแก่คนหมู่มากในชุมชน ซึ่งถือว่าการพัฒนาแบบไม่ยั่งยืน

จะด้วยเหตุผลดังกล่าวหรือไม่ก็ตาม การประชุมระดับสุดยอดของโลก หรือที่เรียกว่า The World Summit on Environment and Development ที่กรุง Rio de Janeiro ประเทศบราซิล เมื่อปี ค.ศ. 1992 ซึ่งจัดโดย UN ได้มีข้อสรุปเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้รวบรวมเป็นเอกสารชื่อ Agenda 21 ซึ่งภายในมีสาระระบุว่า ทำไมการพัฒนาต่าง ๆ ของสมาชิกองค์การสหประชาชาติ จะต้องกระทำภายใต้กรอบแนวคิดความยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่น (ชุมชนรากหญ้า) ควรจะต้องมีบทบาทและหน้าที่อย่างไร กระบวนการวางแผนพัฒนาและดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผน จะต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร และในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งการติดตามประเมินผล

### **การท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม**

สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายลักษณะขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ชีวภาพและทางสังคมหรือวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของคนในสังคม สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการดำรงชีวิตของคนที่สำคัญอยู่เพราะเป็นฐานของการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอันสำคัญยิ่ง

ดังนั้น การท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมจึงสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก เปรียบเสมือนป่ากับสัตว์ป่า หรือปลากับน้ำ หากสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น อากาศเป็นพิษ น้ำเสีย การจราจรแออัด ระบบนิเวศของป่าถูกทำลาย ชายหาดสกปรกหรือปะการังเสื่อมโทรม ฯลฯ การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณนั้นก็จะมี

คุณภาพชีวิตด้อยลง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ จะขาดรายได้และการจ้างงานจะลดน้อยถอยลง ซึ่งทั้งหมดเป็นผลเสียต่อสังคมโดยรวม

ในอดีตที่ผ่านมาหลายประเทศในโลกเคยประสบปัญหาดังกล่าวมาแล้ว ประเทศไทยเองก็มีบทเรียนในเรื่องนี้ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ซึ่งสาเหตุสำคัญเกือบทุกกรณีมักเกิดจากการพัฒนาสาธารณูปโภคสาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทสิ่งปลูกสร้างสร้างเกินขอบเขตหรือกำลังความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ขาดการแบ่งโซนที่ถูกต้องเหมาะสม คำนึงถึงปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณภาพและขาดการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและฐานทรัพยากร รวมไปถึงการไม่เคารพต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น โดยขาดการวางแผนและการจัดการที่ดี รายได้ซึ่งเกิดจากการท่องเที่ยวในแต่ละปีจึงไม่มากพอที่จะนำมาใช้ในการฟื้นฟูหรือบูรณะสิ่งแวดล้อมตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้

### **ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านนันทนาการ (Carrying Capacity)**

ขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านนันทนาการ (Carrying Capacity หรือ CC) เป็นแนวคิดทางนิเวศวิทยาที่สื่อให้ทราบว่าระบบนิเวศหนึ่ง ๆ นั้น มีความเปราะบางแตกต่างกัน หรือระบบนิเวศหนึ่ง ๆ มีระดับหรือขีดความสามารถทนทานต่อการพัฒนาหรือถูกกระทำในระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น หากเกินกว่านี้ระบบนิเวศจะได้รับผลกระทบกระเทือนและอาจถูกทำลายลงจนไม่อาจฟื้นกลับสู่สภาพเดิมได้อีก ทั้งนี้โดยพิจารณาจากปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบและโครงสร้างของระบบนิเวศเป็นบรรทัดฐาน

จากแนวคิดดังกล่าว นักวิชาการและผู้ปฏิบัติ จึงได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Carrying Capacity ตรงกับภาษาไทยว่า “ขีดความสามารถในการรองรับได้” และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวจึงหมายถึงขีดหรือระดับของแหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และปริมาณการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวสูงสุดได้ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบจนทำความเสื่อมโทรมหรือทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยว

จากทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นแล้ว แนวคิดเกี่ยวกับ Carrying Capacity หากได้มีการนำไปศึกษากำหนดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศเปราะบาง จะช่วยให้ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว มีภาพหรือ scenario ที่ใช้เป็นกรอบทิศทาง และขอบเขตของการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวบนฐานทางวิชาการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ทั้งในเชิงคุณภาพ (quality) ความต่อเนื่อง (continuity) และความสมดุล (balance)

### การบริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2545) ได้ศึกษาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยพิจารณาทั้งในระดับกลุ่มประชาคมและระดับปัจเจกบุคคลจังหวัดน่าน เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีการจัดเวทีเพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่พึงประสงค์ พบว่า ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหรือแหล่งรายได้เสริม มีทุนทางระบบนิเวศ (ecology capital) ทุนทางสังคมวิถีชีวิตวัฒนธรรม (social and cultural capital) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว ผนวกเข้ากับการมีทุนมนุษย์ (human capital) ในบางด้าน เช่น ด้านอรรถาศัยโมตรีที่ดึงดูด ประกอบเป็นเงื่อนไขให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนท่องเที่ยวนั้น ๆ

ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในชุมชน ยังขาดจุดเน้นโดยแน่ชัดว่าจะจัดการท่องเที่ยวในแนวทางที่มุ่งปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว หรือจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในกระแสทางเลือก (alternative tourism) ที่มุ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างความสมดุลระหว่างรายได้กับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมทั้งการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาทักษะที่ควรเกิดขึ้นคือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มประชาคมทั้งในด้านองค์กร (civic organization) ด้านสำนึกสาธารณะ (civic consciousness) และเครือข่ายขององค์กรประชาคม (civic network) พัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในแนวราบภายใต้ความไว้วางใจต่อกัน (trust) มากขึ้น ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การจัดให้มีกองทุนพัฒนาทักษะแรงงานด้านการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการเป็นสิ่งสมควรพิจารณาทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

พันธกิจของการท่องเที่ยวชุมชน โดย สกว. กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึงทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ



โดยสนับสนุนการสร้างความรู้เพื่อพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกำหนดนโยบายและแผนการท่องเที่ยวระดับมหภาคและพื้นที่ ที่จะเกิดประโยชน์กับประเทศและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับการสร้างความรู้ของท้องถิ่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพ โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมทั้งการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีทางเลือกในการพัฒนาตนเอง และจัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### บทสรุป

การท่องเที่ยวได้สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับประเทศไทยมีมูลค่านับแสนล้านบาท โดยในปี 2551 รัฐบาลตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 700,000 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยว 20 ล้านคน พร้อมมีนโยบายทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย (tourism of ASIA) หวังทำกำไรกับโครงการอันซีนไทยแลนด์ที่บูมไปก่อนหน้านี้ โดยเป้าหมายรายได้ดังกล่าว เพิ่มขึ้นเกือบสามเท่าจาก 10 ปีที่แล้ว (ในปี 2541 มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 242,000 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 7 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product, GDP) ในขณะนั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมากการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบจากการหวังผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง ทำให้มีผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดมาตรฐานคุณภาพรูปแบบที่เหมาะสม ขาดความตระหนักรู้ ขาดความรู้ความเข้าใจ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนและขาดการร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งราชการ องค์กรเอกชน และประชาชน กรณีการท่องเที่ยวนี้ยังต้องรวมไปถึงนักท่องเที่ยวอีกด้วย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนต้องมีความพร้อมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้ความเข้าใจหรือตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของท้องถิ่น ให้มีการพัฒนาอย่างมีทิศทางและเท่าทันกระแสทุนกระแสการท่องเที่ยวจากภายนอกให้เป็นการต่อยอดจากอารยธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่นให้ได้

นอกจากประชาชนแล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันมีบทบาทนำที่สำคัญมาก ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น ไม่ปล่อยให้มีการก่อสร้างบดบังภูมิทัศน์ ปุชนียสถานหรือสถานที่สำคัญ หรือการก่อสร้างในรูปแบบที่ไม่สอดคล้องกับศิลปกรรม ตลอดจนการบุกรุกที่สาธารณะหรือพื้นที่ป่าไม้ เป็นต้น สำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศนี้อาจจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีพื้นที่แหล่งทรัพยากรต่อเนื่องกันด้วย เช่น พื้นที่ป่าไม้ การสร้างถนน คูคลอง เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการบริหารจัดการที่ต้องการความยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวที่เป็นระบบเช่นเดียวกับการบริหารงานอื่น ๆ ไม่ว่าจะโดยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรราชการส่วนกลาง ร่วมกันกับองค์กรเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้องร่วมกัน มีการบูรณาการความคิดเห็นร่วมกัน

นอกจากการบูรณาการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันแล้ว อำนาจหน้าที่ตามระเบียบกฎหมายก็มีความสำคัญที่ต้องพิจารณาเช่นกัน คือ ขอบเขตอำนาจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมฝึกอบรมให้ประชาชนและเยาวชนตระหนักในคุณค่าหรือมีความรู้ความสามารถเป็นภาคีท้องถิ่น ขอบเขตอำนาจขององค์กรส่วนกลางด้านทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน การจัดการท่องเที่ยว จะมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมหรือกระจายอำนาจให้แก่ประชาชนหรือองค์กรส่วนท้องถิ่นได้อย่างไรบ้าง ทั้งนี้ให้อยู่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างแท้จริง

ในการวิจัยสามารถนำหลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาเป็นกรอบในการวัดผลิตภัณฑ์ (Product) ในหัวข้อแนวคิดและทฤษฎีความต้องการส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

### ความหมายของประชากรศาสตร์

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง (2521, หน้า 2) ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้อธิบายลักษณะด้านประชากร (Demographic) ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ มีความสำคัญต่อการบริการด้านการตลาด ซึ่งปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ควรให้ความสนใจคือ

1. เพศ (Gender) จากการวิจัยทางจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความคิด ค่านิยมและทัศนคติแตกต่างกัน เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาทและกิจกรรมของผู้หญิงและผู้ชายไว้แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงนั้นถูกจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย รวมทั้งผู้หญิง



เป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) มีความโอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) มีความเป็นแม่บ้าน และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่า และจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง เพศจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิด และพฤติกรรมที่เหมือนหรือแตกต่างกันและเนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือบริการจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงจะใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่อาจจะบอกความแตกต่างของส่วนตลาดได้ นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนลึก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญตลาดอายุช่วงนั้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้มีอิทธิพลต่อการเลือกบริการบริการสาขาวิชาที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่ไม่เหมือนกัน

4. รายได้ (Income) เป็นที่สิ่งที่กำหนดความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของคน

5. อาชีพ (Occupation) มักมีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้บริโภค อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น คนที่มีอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงเรื่องของสวัสดิการคักคี่ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ซึ่งต่างจากคนที่ทำงานธุรกิจเอกชนที่คำนึงถึงรายได้และการมีคักคี่ศรีด้วยเงินทองที่สามารถซื้อสิ่งของที่ตนเองต้องการได้เพื่อรักษาสถานภาพทางสังคม

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือพฤติกรรมพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ DeFleur, L. (1996) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในลำดับขั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) สมัยก่อน และปัจจุบันได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่าผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-118) ได้อธิบายถึง คุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยัง 모르จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 15-17)

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจอารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝนหรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญและบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่ต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรก

ความรู้สึกนึกคิดของตัวให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสาร ที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (n.d. อ้างอิงใน ประมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 7) ได้สรุปถึง อิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมืองและด้านเศรษฐกิจปัจจัยทางด้านประชกรนั้น ยังมีลักษณะอื่น ๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความรู้จักกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิด และการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบาย ปัจจัยของประชกรด้านอื่น ๆ ได้สำหรับการศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางต้องอาศัย องค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชกรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของบุคคลหนึ่งที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชกรศาสตร์ ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดให้การตัดสินใจซื้อแตกต่างกันได้

ศิริพันธ์ ถาวรทวีวงศ์ (2543) กล่าวว่า องค์ประกอบทางประชกรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของคนหรือประชกร ทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษาพูด การศึกษา เศรษฐกิจ สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบหรือลักษณะที่ติดตัวมาโดยกำเนิด (Ascribed Characteristics) เป็นลักษณะทางประชกรศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษาพูด ศาสนา

2. องค์ประกอบหรือลักษณะที่หามาได้จากสังคมในภายหลัง (Achieved Characteristics) ได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งบุคคลสามารถหามาได้โดยแสดงความสามารถตามที่สังคมกำหนด

ตัวแปรด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ และอาชีพ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อาทิ ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางได้บ่อย คือ ผู้มีรายได้สูง ครอบครัวมีขนาดเล็ก มีงานทำและมีอายุน้อยกว่า 45 ปี (Nicolau and Mass, 2005 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544, หน้า 56) เพศหญิงจะให้ความสำคัญในทางเลือกแหล่งท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติมากกว่าเพศชายถึงสองเท่า สำหรับที่พักที่ชอบที่พักระยะที่สั้นมากกว่า (ทักษิณา คุณารักษ์, 2544) เพศหญิงอายุระหว่าง 20-40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน มักจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไปกับครอบครัวและเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว (ทักษิณา คุณารักษ์, 2544, หน้า 56) นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญกับมีประสิทธิภาพของธุรกิจการเจ้าหน้าที่อย่างมาก โดยพยายามซื้อบริการเจ้าหน้าที่ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง (Ryan and Cliff, 1997 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544, หน้า 56) นอกจากนี้การตัดสินใจท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับลักษณะของนักท่องเที่ยวเองอีกด้วย (Weiermair and Maser, 1998 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544, หน้า 56)

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับเพศ อายุ สถานภาพ การสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อการบริการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และยังถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวด้วย ในงานวิจัยนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ต้องการ

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว**

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558, หน้า 2) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-trip behavior) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Post-trip behavior) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post trip behavior) ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ (factors influencing tourist behavior)

ปาริฉัตร อิงจะนิล (2554, หน้า 19) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม แบบคล้ายคลึงกันบ่อย ๆ ครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่ามีนิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ถือว่าเป็นพฤติกรรม หากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะ

เรียกว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรืออเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่าการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการหรือการแสดงออก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกสารสนเทศการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิศาสตร์ ที่พัก คมนาคม ความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การให้บริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น



2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่าง ๆ

3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบายและความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วยประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
3. จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ)
4. จะไปท่องเที่ยวกับใคร
5. จะไปเที่ยวนานเท่าไร
6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
7. จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่าย

ทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยัน การเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพ และภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่นานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกินและอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยว ในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะทำให้เกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการ ที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือหนึ่งในพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้สินค้าบริการ คือ แหล่งท่องเที่ยวและการเข้าพักอาศัยในประเภทต่าง ๆ โดยการเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ท่องเที่ยวสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการทราบบว่า ผลิตภัณฑ์และบริการแบบใดที่ควร จะผลิตเพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภคที่ท่องเที่ยว หรือที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการตัดสินใจซื้อ

แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้ โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนการเดินทาง ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว และหมายรวมถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ไม่ว่าจะ รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม มีทั้งหมด 8 ประการ คือ 1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว 2) สถานที่ ที่จะท่องเที่ยว 3) ระยะเวลาในการเดินทาง 4) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง 5) บุคคลที่ ร่วมเดินทาง 6) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 7) สถานที่พักแรมเป็นประเภทไหน และ 8) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยการศึกษพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะช่วยให้นักการตลาด เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ในการวิจัยสามารถนำองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สถานที่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่ พักแรมในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มาเป็นกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

### ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด ที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่ง



ทุกอย่างที่กิจการใช้ โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดดังต่อไปนี้

นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต (2552, หน้า 26) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นวิธีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ที่สามารถควบคุมได้ โดยใช้วิธีการ กระบวนการ ระบบการจัดการตลาด ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจไปยังตลาดเป้าหมาย การตลาดและการบริการเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันโดยคำนึงถึงโอกาสในการทำตลาดและขายบริการ และที่สำคัญการทำตลาดและบริการไม่สามารถทำได้โดยลำพัง แต่ต้องทำร่วมกันทุกคน

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550, หน้า 4) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า กระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการต้อนรับ ที่กระทำอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง การวิจัยการปฏิบัติการควบคุมและประเมินกิจกรรมที่คิดขึ้น เพื่อตอบสนองความจำเป็นความต้องการความพอใจของลูกค้าและบรรลุลวัตถุประสงค์ขององค์การ

เสวี วงษ์มณฑา (2542 หน้า 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาให้ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

#### **องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps)**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) Philip Kotler ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด สรุปได้ว่า เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถ สรุปได้ดังนี้ การกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ประกอบด้วย ด้านผลิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ในงานวิจัยสามารถนำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มาเป็นกรอบในการวัดความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

หลักการสำคัญที่จะช่วยสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดจากการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจได้นั้น สามารถที่จะใช้หลักพื้นฐานของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดย ละเอียต ศิลาน้อย (2549) ได้กล่าวไว้ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยว (Destination Development) คือ สถานที่นักท่องเที่ยวจะแวะมาพักหรือหยุดอยู่เพื่อการท่องเที่ยว จับจ่ายซื้อของในช่วงระยะเวลาหนึ่งก่อนจะจากไปด้วยความพึงพอใจ หากต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนต้องมีการวางแผน โดยแบ่งได้ 5 แนวทางดังนี้

1. การวิเคราะห์การตลาด (Market Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ตลาดเป็นสิ่งที่ต้องทำเพื่อทราบถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวและความชอบของนักท่องเที่ยวที่จะช่วยให้ตัดสินใจพัฒนาได้อย่างถูกต้อง และนอกจากนี้การวิเคราะห์ตลาดจะทำให้ทราบว่าควรที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในรูปแบบใด นอกจากนี้ยังบอกได้ถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาว่า เป็นใคร มาจากไหน มีสถานภาพทางสังคมอย่างไร ซึ่งอาจรวมไปถึงรายได้ อายุ การศึกษา เพศ สถานภาพการสมรส และขนาดครอบครัว

2. การประเมินศักยภาพของพื้นที่ (Site Evaluation) เป็นการประเมินศักยภาพของพื้นที่เกี่ยวกับการตอบคำถาม 2 ประเด็น คือ เรามีอะไรบ้างแล้วและต้องการอะไรเพิ่มเติม โดยการประเมินศักยภาพของพื้นที่ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเหนือพื้นฐาน โดยต้องศึกษาถึงความต้องการด้านการขนส่งในปัจจุบันและอนาคต เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

3. การศึกษาทางการเงิน (Financial Study) เป็นกระบวนการวางแผนในระยะเริ่มแรก โดยต้องประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการทำโครงการ และจะต้องหาข้อมูลที่จะหาทุนจากที่ใด ด้วยวิธีใด ทั้งนี้การศึกษาทางการเงินต้องสามารถคาดการณ์ได้ถึงการเพิ่มพูนมูลค่าของทรัพย์สินในพื้นที่และการเปลี่ยนแปลงของแบบแผนการจ้างงานด้วย โดยพยายาม

ลดผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลบให้ได้และขยายผลในเชิงบวกมากขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Study) โดยในกระบวนการวางแผนต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางกายภาพที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก โดยคำนึงถึงสมรรถนะในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ซึ่งหมายถึงความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง อันเป็นขีดจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็นสมรรถนะทางการกายภาพ (Physical) ที่หมายถึงการที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดจำนวนหนึ่งเท่านั้นจึงจะไม่เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และสมรรถนะในทางเศรษฐศาสตร์ (Economic) ที่ประชาชนในท้องถิ่นจะถูกแย่งงานทำหรือสมรรถนะในทางสังคม (Social) ที่ประชาชนในพื้นที่จะเป็นปฏิปักษ์ต่อนักท่องเที่ยว หรือสมรรถนะในทางสิ่งแวดล้อม (Environment) ที่สิ่งแวดล้อมถูกทำลายไปโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวขาดการวางแผนที่ดี

5. การศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact Study) ซึ่งผลกระทบจากการที่มีนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนกระทบต่อประชาชนในชุมชนเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะประชาชนในพื้นที่อาจมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้หรือการนำวัฒนธรรมจากภายนอกหรือวัฒนธรรมต่างดาวเข้าไปแทรกแซงโดยมีมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกันอาจนำไปสู่การกระทบกระทั่งกับวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนเดิม ซึ่งการศึกษาทางสังคมจะมุ่งขจัดความขัดแย้งหรือผลกระทบทางลบแต่จะสร้างความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งถ้ามีการวางแผนที่ดีจะสามารถสร้างสรรค์ผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สิ่งสำคัญที่สุดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนนั้นคือ การทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การศึกษาทางการเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและการศึกษาผลกระทบทางสังคม โดยนำมากำหนดแนวทางพัฒนาโดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีนั้นจะต้องทำความเข้าใจในปัจจัยที่จำเป็นทั้ง 5 นี้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นลำดับแรก ซึ่งจะมีกระบวนการดังนี้ การวิเคราะห์ตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การศึกษาทางการเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและการศึกษาผลกระทบทางสังคม

ในการวิจัยสามารถนำหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน มาเป็นหลักพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยวัดทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลการวิจัย หน่วยงานภาครัฐและตัวแทนภาคชุมชน

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

### ความหมายการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับภารกิจหรือโครงการที่ส่วนราชการจะดำเนินการ ซึ่งมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่โดยปกติของประชาชนในชุมชนนั้น การทำความเข้าใจถึงผลกระทบตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ส่วนราชการจะดำเนินการและการปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน โดยให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและรัฐต้องรับฟังและแก้ไขปัญหาจนประชาชนเกิดความพึงพอใจ และมีส่วนร่วมในการผลักดันในภารกิจหรือโครงการนั้นจนเกิดผลสำเร็จ เพราะตระหนักถึงประโยชน์สุขแก่ประชาชน (พระราชบัญญัติว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 หมวด 1 (สามแยกชาวบ้าน, 2550, หน้า 6)

### ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน

สามแยกชาวบ้าน (2550, หน้า 9, 12) กล่าวว่า ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามีส่วนร่วมกับภาครัฐ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนกับการพัฒนาท้องถิ่นครอบคลุมความหมายหลัก 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในขั้นตอนการตัดสินใจว่าควรจะมีการดำเนินการเรื่องอะไรและมีวิธีดำเนินการอย่างไร
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ โดยอาจเป็นการให้การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมหรือการให้ความร่วมมือกับกลุ่มที่ดำเนินการ
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนานั้น ๆ
4. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลงานของโครงการนั้น ๆ

อุทัยวรรณ ลิ้มปชยาพร (2551, หน้า 9) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ได้กล่าวว่า การให้ชุมชน

ได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น สิ่งที่สำคัญคือการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการเพิ่มทักษะในการจัดการและการประสานงาน ทำยสุดแล้วชุมชนจะสามารถบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน สังคมพัฒนาอย่างเหมาะสม มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยการพัฒนาของตัวชุมชนเอง

สุชาติดา กรเพชรปภาณี และคณะ (2550, หน้า 6) กล่าวว่า “การเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของประชาชนในการจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวชมหิ้งห้อย โดยเริ่มตั้งแต่การรับรู้ถึงลักษณะผลกระทบ การเสนอแนวทางการจัดการผลกระทบ และการร่วมกันดำเนินการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น”

ทศพล ชื่นอุปการนันท์ (2549, หน้า 28) ได้กล่าวว่า การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนในท้องถิ่น จึงต้องเป็นการมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) ซึ่งหมายถึง การกระจายรายได้ที่เหมาะสม การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนมาทำนุบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวและทำยที่สุดชุมชนสามารถควบคุมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน และสังคมพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม แต่สิ่งที่ควรตระหนักคือ การให้ชุมชนมีส่วนร่วมสิ่งจำเป็นคือ การให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ในการดูแลรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการเพิ่มทักษะในการจัดการและประสานงานกับภายนอก

เขาวลิต สิทธิฤทธิ์ และคณะ (2545, หน้า 4) กล่าวว่า ชุมชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกข้อหนึ่งของหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาวะการณ์ปัจจุบัน กระทรวงศึกษาธิการ (2540) ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ประกอบกับความต้องการของประชาชนในการเรียกร้องสิทธิของชุมชน ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยเน้นให้ตนเป็นศูนย์กลางการจัดการ เพื่อมุ่งหวังการพัฒนาที่เกิดจากพื้นฐานความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

ศักดิ์ศิริ นันทะสุข และคณะ (2550) กล่าวว่า ชุมชนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและความสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ ได้แก่

1. เป็นเจ้าของพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือน
2. เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวเกิดใหม่ที่ยังไม่มีการลงทุนธุรกิจใด ชุมชนมักมีโอกาสในการให้บริการในระยะเริ่มแรก เช่น ที่พัก เป็นต้น
4. เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวชุมชน



5. ชุมชนที่อยู่ในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

ลี้ศึก ฤทธิเนติกุล และคณะ (2547, หน้า 21) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การให้ความร่วมมือด้วยความตั้งใจและสมัครใจโดยไม่ถูกบังคับขู่เข็ญ ซึ่งกระบวนการความร่วมมือประกอบด้วย

1. การเข้าร่วมการตัดสินใจและตกลง
2. การเข้าร่วมในการดำเนินงานของแผนงานและโครงการ
3. การเข้าร่วมในการติดตามและประเมินผลโครงการ
4. การเข้าร่วมในการรับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วม

กาญจนา แก้วเทพ (2538) กล่าวถึง การมีส่วนร่วม หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอาณาเขตบริเวณเดียวกัน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีฐานะและอาชีพที่คล้ายคลึงกัน มีลักษณะของการใช้ชีวิตร่วมกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตั้งแต่ระดับครอบครัวระดับเครือญาติ จนถึงระดับหมู่บ้านและระดับเกินหมู่บ้านและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชน การมีส่วนร่วมมีความรู้สึกว่าเป็นคนที่มีส่วนร่วมเดียวกัน นอกจากนั้นยังมีการดำรงรักษาคุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมและศาสนาถ่ายทอดไปยังลูกหลานอีกด้วย

แนวคิดการมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้ การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภาคส่วนก็จะมิตบหาทของตัวเอง เพื่อให้การพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวดีขึ้นสู่การยั่งยืน โดยมีรูปแบบการมีส่วนร่วม คือ การเข้าร่วมการตัดสินใจและตกลงการเข้าร่วมในการดำเนินงานของแผนงานและโครงการ การเข้าร่วมในการรับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วม และการเข้าร่วมในการติดตามและประเมินผลโครงการ

ในการวิจัยสามารถนำหลักการมีส่วนร่วม มาเป็นแนวทางในการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ หน่วยงานภาครัฐ และตัวแทนภาคชุมชน

### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

สภาพทั่วไปอำเภอโขงเจียม (Khong Chiam District) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัดอุบลราชธานี มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ คือ ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอศรีเมืองใหม่ ทิศตะวันออกติดต่อกับแขวงสาละวันและแขวงจำปาสัก

(สปป.ลาว) ทิศใต้ติดต่อกับอำเภอสิรินธร ทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอพิบูลมังสาหารและอำเภอศรีเมืองใหม่ จังหวัดอุบลราชธานี สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสลับกับเนิน (เนิน) เตี้ย ๆ โดยอำเภอโขงเจียม มีเขตแดนทางตะวันออกติดแม่น้ำโขง เป็นที่ซึ่งแม่น้ำมูลไหลลงมาบรรจบบริเวณท้ายวัดโขงเจียม (วัดบ้านดำนเก่า) บริเวณที่แม่น้ำทั้งสองสายมาจกดกันทำให้เกิดสภาพที่เรียกว่า แม่น้ำสองสี โดยน้ำที่ไหลจากน้ำโขงจะมีสีขาวขุ่นส่วนน้ำที่มาจากลำน้ำมูลมีลักษณะใสหรือสีเขียวอมฟ้าเล็กน้อย บางครั้งจะเรียกกันว่า "โขงสีปูนมูลสีคราม" แหล่งท่องเที่ยวใน อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี นับว่ามีความหลากหลายและยังกลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในหมู่นักท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีดังนี้

### **แม่น้ำสองสี**

แม่น้ำสองสี หรือดอนด่านปากแม่น้ำมูล อยู่ในเขตบ้านเวินบึก นั่งเรือจากตัวอำเภอโขงเจียมไปประมาณ 5 นาที เป็นบริเวณที่แม่น้ำสองสายมาบรรจบกัน คือ แม่น้ำโขงที่มีสีปูน (สีขุ่นตามธรรมชาติ) กับแม่น้ำมูลสีคราม (สีฟ้าคราม) อยู่ห่างจากจังหวัดอุบลราชธานี 84 กิโลเมตร จุดที่สามารถมองเห็นแม่น้ำสองสีได้อย่างชัดเจน คือ บริเวณลาดริมตลิ่งแม่น้ำมูล แม่น้ำโขงหน้าวัดโขงเจียมและบริเวณบางส่วนของหมู่บ้านห้วยหมาก ในเดือนเมษายนจะเป็นเดือนที่เห็นความแตกต่างของสีน้ำได้ชัดเจนที่สุด นอกจากนี้แล้วบริเวณใกล้เคียงยังมีบริการเรือพาล่องชม ทักษิณภาพสองฝั่งแม่น้ำหรือชื่อของที่ระลึกที่ตลาดหมู่บ้านในฝั่งประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) อีกด้วย

### **อุทยานแห่งชาติผาแต้ม**

มีพื้นที่ประมาณ 140 ตารางกิโลเมตร ในเขตอำเภอโขงเจียม ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2534 สภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง และเนินเขา มีหน้าผาสูงชันซึ่งเกิดจากการแยกตัวของผิวโลก สภาพป่าโดยทั่วไปเป็นป่าเต็งรัง มีหินทรายลักษณะแปลกตากระจายอยู่ทั่วบริเวณ มีพันธุ์ไม้ดอกที่สวยงามขึ้นอยู่ตามลานหิน ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนี้ เสาเฉลียง ลานหินแตก ภาพเขียนสียุคก่อนประวัติศาสตร์ ภาพเขียนสีกลุ่มที่ 2, 3 และ 4 ถ้ำมืด และป่าดงนาทาม

### **อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ**

อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ มีพื้นที่ประมาณ 50,000 ไร่ ในเขตอำเภอโขงเจียมและอำเภอสิรินธร ภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงและเนินเขาเตี้ย ๆ สภาพป่าทั่วไปเป็นป่าแพะหรือป่าแดง ต้นไม้ในป่ามีลักษณะแคระแกรน บางส่วนเป็นทุ่งหญ้า ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ



เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2524 ที่ทำการอุทยานฯ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำมูล บริเวณแก่งตะนะ สามารถชมแก่งตะนะได้อย่างสวยงาม โดยหินจะโผล่ด้านนี้มากกว่ามองเห็นแก่งตะนะได้ชัดเจนในเขตอุทยานฯ นอกจากนี้ยังมีดอนตะนะและแก่งคั่นเหว

### **เขื่อนปากมูล**

เป็นเขื่อนหินถมแกนดินเหนียวสร้างกั้นแม่น้ำมูลที่บ้านหัวเหว อำเภอโขงเจียม มีความสูง 17 เมตร ยาว 300 เมตร อำนวยประโยชน์ในด้านการเกษตรและผลิตกระแสไฟฟ้า เขื่อนปากมูลอยู่ห่างจากตัวเมืองอุบลราชธานีประมาณ 75 กม. ห่างจากจุดบรรจบของแม่น้ำมูลและแม่น้ำโขงประมาณ 6 กม. สันของเขื่อนปากมูลสามารถใช้เป็นเส้นทางลัดจากอำเภอโขงเจียมไปอำเภอสรินทรได้โดยไม่ต้องย้อนไปอำเภอพิบูลมังสาหาร นอกจากนี้บริเวณท้ายเขื่อนยังสามารถล่องเรือชมทิวทัศน์ลำน้ำมูลที่งดงามโดยตลอดไปบรรจบกับแม่น้ำโขง บริเวณที่เรียกว่า “แม่น้ำสองสี”

### **วัดถ้ำคูหาสวรรค์**

ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 2222 ก่อนถึงอำเภอโขงเจียมประมาณ 6 กม. วัดนี้ก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดย "หลวงปู่คำคณิง จุลมณี" ซึ่งใช้เป็นที่ปฏิบัติธรรมจำพรรษา ปัจจุบัน หลวงปู่ท่านได้มรณภาพแล้วแต่ร่างกายของท่านไม่เน่าเปื่อย บรรดาลูกศิษย์ได้เก็บร่างของท่านไว้ในโลงแก้วเพื่อบูชา บริเวณวัดมีจุดชมวิวสามารถมองเห็นทัศนียภาพของลำน้ำโขงและทางฝั่งสปป.ลาว ได้อย่างชัดเจน

### **น้ำตกทุ่งนาเมือง**

น้ำตกทุ่งนาเมือง เป็นน้ำตกขนาดกลางที่มีความสวยงามและอยู่ใกล้เส้นทางน้ำไหลลดหลั่นลงมาตามโขดหิน ชั้นบนสูงสุดประมาณ 25 เมตร บริเวณโดยรอบมีดอกไม้ต่าง ๆ มากมาย

### **น้ำตกแสงจันทร์**

น้ำตกแสงจันทร์ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีลักษณะพิเศษ คือน้ำจะตกลงผ่านปล่องหินสู่เบื้องล่าง มองดูคล้ายแสงจันทร์ซึ่งเต็มดวงลาดส่องมายังพื้นโลก บริเวณโดยรอบมีโขดหินน้อยใหญ่เรียงรายกันอยู่และมีต้นไม้ขนาดใหญ่

### **น้ำตกสร้อยสวรรค์**

น้ำตกสร้อยสวรรค์ เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ไหลจากหน้าผาสูงชันสองด้านสูงประมาณ 20 เมตร มองดูคล้ายสร้อยที่แขวนอยู่ในคอ มีน้ำไหลตลอดปี บริเวณน้ำตกเต็มไปด้วยต้นไม้และดอกไม้ขนาดใหญ่

## น้ำตกตาดโตน

น้ำตกตาดโตน เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามมากแห่งหนึ่ง เกิดจากลำห้วยตาดโตน ไหลผ่านลานหิน แล้วตกลงสู่ที่ลุ่มเกิดเป็นแอ่งน้ำสามารถลงเล่นน้ำได้ มีน้ำเย็นใสสะอาด บริเวณโดยรอบเป็นป่าไม้และดอกไม้บานาพันธุ์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยต้องการทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ นอกจากนี้งานวิจัยยังต้องการศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่มีทัศนคติต่อหลักบริหารการตลาดทั้ง 7 (7P's) ซึ่งในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีนั้น นับได้ว่ามีหลายแหล่งด้วยกันและมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแนวโน้มของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มุ่งเน้นในการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่นั้นคือการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ โดยมุ่งเน้นการศึกษา ตลอดจนชมความงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และยังคงรักษาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้คงอยู่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ละอีย์ด ศิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยศึกษากรณีของสวนสละอาทิพย์อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งศึกษาจากตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 377 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด สถิติพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือสถิติค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวในสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเกษตรกร รายได้อยู่ในระหว่างมากกว่า 10,000 บาท ถึง 15,000 บาท และส่วนใหญ่สมรสแล้ว

2. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากมากไปหาน้อยได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในสวนบุคลากรที่ให้บริการในสวน กระบวนการท่องเที่ยวในสวน ราคาสินค้าและบริการในสวน ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการท่องเที่ยวภายในสวน การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของสวนและลักษณะทางกายภาพของสวนตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี นั้น นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนา เพศ การศึกษา รายได้ และสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพที่แตกต่างกันจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันผลการศึกษาคั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น ๆ ในการปรับปรุงแผนการตลาดให้ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วิลาสิณี นิยมไทย (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา โดยการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในพัทยา จำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพักแรมที่โรงแรมในพัทยา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์หาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพักโรงแรมที่พัทยา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จากผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ในการท่องเที่ยวและใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยากับครอบครัวหรือญาติ พี่น้อง มีการค้นหาข้อมูลที่พักริโรงแรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ โดยสาเหตุในการเลือกตัดสินใจพักริโรงแรมมาจากคนรู้จักแนะนำและกลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยา ในช่วงเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายนโดยทำการจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ในระดับราคาห้องพัก 1,001-1,500 บาทต่อคืน โดยใช้เวลาในการเข้าพัก 2-3 วัน

ภาพรวมในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคาห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านขั้นตอนการให้บริการ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และมีการแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จักมาใช้บริการโรงแรม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการและผู้บริหารควรรักษามาตรฐานการบริการให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีต่อไป เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกต่อไปในอนาคต

กิริติ กิตติประภานันท์ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดสงขลา เคยมาเที่ยวที่จังหวัดสงขลาแล้ว 1-3 ครั้ง โดยเหตุผลทั้งหมดที่มาจังหวัดสงขลา คือ มาเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยรถบัส กับครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่

มีระยะเวลาในการมาเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดพักโรงแรม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยไปมาแล้วมากที่สุด คือ แหลมสมิหลา รองลงมา คือ เกาะหนูเกาะแมว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดมีความสุขในการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีกเที่ยวจังหวัดสงขลาแน่นอน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดจะแนะนำให้เพื่อนหรือครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดสงขลาและพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัย 2) ด้านการขนส่ง 3) ด้านการต้อนรับ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

สุภาพร คำภีระ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์หมู่บ้านสันติสุขขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควรว อำเภอปง จังหวัดพะเยา พุทธศักราช 2551 โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์หมู่บ้านสันติสุขขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควรว อำเภอปง จังหวัดพะเยา และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควรว อำเภอปง จังหวัดพะเยา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โดยศึกษาศักยภาพ สภาพปัจจุบันของหมู่บ้านสันติสุขและศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านสันติสุข ได้แก่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความดึงดูดใจ และด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ชุมชนบ้านสันติสุขสภาพปัจจุบันของพื้นที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลักษณะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ส่วนในเรื่องของความสามารถในการรองรับของพื้นที่มีความเพียงพอและในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถให้มากยิ่งขึ้น ส่วนในเรื่องแนวทางในการพัฒนาชุมชนนั้น ควรมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ คือ การจัดการที่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสาธารณูปโภคให้มากยิ่งขึ้น กิจกรรมและกระบวนการมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมอนุรักษ์ป่าและทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนการจัดการสิ่งแวดล้อมของชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนจำเป็นต้องเน้นให้ชุมชนมีการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทางและการ

มีผลดีถึงขั้นของชุมชนเพื่อเป็นสินค้าสำคัญ นอกจากนี้ยังควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนในการเข้ามาบริหารจัดการและการบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

รัตตินันท์วุฒิโรจน์โกสิน และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของรีสอร์ตเชิงอนุรักษ์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักรีสอร์ตเชิงอนุรักษ์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของรีสอร์ตเชิงอนุรักษ์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนที่เคยเข้าพักในรีสอร์ตเชิงอนุรักษ์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 16 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งสิ้น 344 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และการทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพักที่รีสอร์ตเป็นเวลา 2 วัน และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อัมพวาเป็นจำนวนน้อยกว่า 3 ครั้ง ส่วนมากลักษณะการเดินทาง คือ ท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวโดยพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะติดต่อจองห้องพักด้วยการจองผ่านโทรศัพท์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยวผ่านเพื่อน ญาติ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการทำ คือ ท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามากที่สุด ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีงบประมาณค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอัมพวาต่ำกว่า 1,500 บาท

ด้านความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดพบว่าระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน โดยด้านผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านที่พัก ด้านสถานที่ และด้านราคา ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ระยะเวลาในการเข้าพักที่แตกต่างกัน จำนวนครั้ง ที่แตกต่างกันในการเดินทางไปท่องเที่ยวอัมพวา ลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน พาหนะในการเดินทางที่แตกต่างกัน และงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่แตกต่างกัน



ล้วนไม่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการ หากแต่ลักษณะการจูงใจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พิกัดด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ในขณะที่ความต้องการกลับมาอีกที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด

ศรัญญา หงษ์แพง (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริการ การบริการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูเรือ 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติภูเรือ และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การให้บริการทุกด้านมีปัญหาที่การให้บริการไม่ทั่วถึงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
2. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยกเว้นเพศ และลักษณะการเดินทางไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. แนวทางการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวควรมีการเตรียมงบประมาณด้านบุคลากร การเงิน และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

วัชพล อินนันต์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่แวน อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อให้ทราบถึงบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลมีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ องค์การบริหารส่วนตำบลได้ปฏิบัติบทบาทด้านการท่องเที่ยว 5 ด้าน คือ 1) ด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และมีการสนับสนุนงบประมาณในการปรับปรุงสถานที่ร้านขายสินค้าตำบล

2) ด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่คือ การสำรวจหาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติม แต่อบต. ไม่ได้มีบทบาทในการแสวงหาเนื่องจากคิดว่าไม่ใช่หน้าที่ตน 3) ด้านการให้บริการท่องเที่ยว ได้จัดให้มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่และประชาชน รวมทั้งการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 4) ด้านนโยบายและการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ปฏิบัติบทบาทที่เน้นการอนุรักษ์และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ มีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่สมาชิก เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและแผน และ 5) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่และประชาชนในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่วนปัญหาที่พบในการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่องและไม่เห็นความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้บุคลากรยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและขาดบุคลากรที่มีความสามารถในด้านนี้โดยตรง

ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการศึกษาครั้งนี้ มีจุดประสงค์การศึกษาดังต่อไปนี้ 1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จำนวน 381 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งสถิติเชิงพรรณนาจะใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) การทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ประชากร (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ย



ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากเพื่อน ตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่เพิ่งเคยมาครั้งแรก เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ใช้ระยะเวลา ในการมาเที่ยวประมาณ 2 วัน 1 คืน เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว พักแรมด้วยเต็นท์ที่ทางอุทยานมิไว้ บริการ นิยมไปเที่ยวที่ป่าสนสองใบ รองลงมา คือ น้ำตก ตะเพียนน้อยและศาลเสาดาร์ ทำกิจกรรมนันทนาการ คือ ถ่ายรูปและตั้งแคมป์ พักแรม ใช้เงินระหว่างที่มาเที่ยวต่ำกว่า 1,500 บาท ส่วนใหญ่คิดว่าควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของ ห้องน้ำ/ห้องสุขา ส่วนใหญ่มีจุดหมายปลายทาง คือ อุทยานแห่งชาติพุเตยและจะกลับมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตยซ้ำเมื่อมีโอกาส

ในส่วนของการทดสอบ chi-square ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพทางสังคม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาระดับความคาดหวัง พบว่า ความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ การได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น เช่นเดียวกับผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ พบว่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ การได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น เมื่อนำผลของทั้งคู่มาเปรียบเทียบแบบ IPA พบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมาก แต่กลับมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีเพียงประเด็นเดียว คือ อุทยานมีห้องน้ำ ลานจอดรถ และถังขยะอย่างเพียงพอ และประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับปานกลาง แต่กลับมีความพึงพอใจในระดับมาก มีเพียงประเด็นเดียวเช่นกัน คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในอุทยาน

ในส่วนของการทดสอบด้วยการทดสอบ Independent Samples t-test และทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพทางสังคม อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความคาดหวังต่ออุทยานแห่งชาติพุเตยไม่แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติพุเตยแตกต่างกัน ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ พบว่า ในภาพรวมปัจจัยหลักมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ให้ค่าความสำคัญมากที่สุด คือ ต้องการมาสัมผัสธรรมชาติ และปัจจัยดึงดูดพบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ให้ค่าความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านที่พักแรม เมื่อนำปัจจัยมาศึกษาด้วยการวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยดึงดูดด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านที่พักแรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากผลการศึกษา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติพุเตยได้ 2 ประเด็น คือ 1) การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ คือ ควรมีการสำรวจความพร้อมของอุทยาน และนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนด้านการพัฒนา และด้านการตลาดอย่างเหมาะสม และ 2) การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก

เทพพิทักษ์ เครือชัย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินด่าง องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยข่า อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินด่าง องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยข่า การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ผลการศึกษาค้นคว้าในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินด่าง องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยข่า อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี ไม่มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวและนำมาปฏิบัติอย่างจริงจัง ขาดการบูรณาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการพัฒนา และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่วนในด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น พบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนราชการและประชาชนในพื้นที่ ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกขั้นตอน มีการร่วมคิดร่วมทำร่วมวางแผน ร่วมพัฒนาและร่วมติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และควรให้นำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้าบรรจุในแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยข่า ตลอดจนควรมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

สิรินทิพย์ พันธุ์ฆวาท (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม 2) เพื่อศึกษาพัฒนาการและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งการวิจัยเป็นแบบวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตและแบบสนทนากลุ่มและมีการตรวจสอบข้อมูล

วิจัยโดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า ซึ่งจะมีวิธีการนำเสนอผลการวิจัยเป็นแบบเชิงพรรณนาวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคามมีทั้งหมด 6 แห่ง โดยแต่ละแห่งนั้นมีความแตกต่างกันทั้งด้านความเป็นวิถีชีวิตชุมชน ความสวยงามเป็นธรรมชาติ ความเป็นโบราณสถานและความเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคามนั้น ยังไม่มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นแนวทางชัดเจน เนื่องจากยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลอย่างเป็นทางการและขาดงบประมาณในการจัดการ ส่วนใหญ่เป็นการบริหารจัดการเองภายในกลุ่มหรือจัดการอบรมให้ด้านรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้นยังไม่มีรูปแบบหรือกิจกรรมที่จัดไว้รองรับนักท่องเที่ยว ไม่มีรูปแบบการบริหารจัดการในเรื่องที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาขึ้นยังไม่มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นแนวทางชัดเจน เนื่องจากยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นทางการและขาดงบประมาณในการจัดการให้มีประสิทธิภาพ

ชาญชัย ชื่นรำพันธ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชิงกลยุทธ์ในพื้นที่เทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ เทศบาลตำบลทรายขาวนับว่า มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเหมาะสมแก่การส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ในส่วนผู้ประกอบการประชาชนและชุมชนต่างให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังคงพบปัญหาและอุปสรรคอยู่บ้าง แต่ไม่ใช่ประเด็นใหญ่และเป็นเรื่องทุกคนทราบ เข้าใจและพร้อมจะร่วมกันแก้ไข ในส่วนของแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลทรายขาวนั้น พบว่า ควรกำหนดกลยุทธ์ 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และกลยุทธ์ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและประสบผลสำเร็จต่อไป

อารีรัตน์ แดงบุญมา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเพชรโพธิ์ทอง อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว โดยการวิจัย

ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และการหาแนวทางในการพัฒนาเชิงนิเวศของ แหล่งท่องเที่ยวถ้ำเพชรโพธิ์ทอง อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว โดยใช้วิธีศึกษาจากเอกสาร ที่เกี่ยวข้อง การสังเกต และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และกลุ่ม นักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเพชรโพธิ์ทองยังไม่เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควรมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับการเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายในถ้ำเพชรโพธิ์ทองมีกิจกรรมและสิ่งที่เป็นความรู้มากมาย ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา แต่ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบว่า การบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยว ยังมีข้อบกพร่องเนื่องจากมีการบริหารจัดการกันเองในชุมชน และนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและความรับผิดชอบต่อ แหล่งท่องเที่ยว คือ มีการทำลาย ขูด ขีด เขียนผนังถ้ำ หัก หรือจับหินงอกหินย้อย และยังมี การทิ้งขยะภายในบริเวณถ้ำ ซึ่งเจ้าหน้าที่รวมไปถึงคนในชุมชนต้องช่วยกันสอดส่องดูแล พฤติกรรมทำลายเหล่านี้ และต้องหาวิธีป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก ส่วนในเรื่องขอการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมในการท่องเที่ยวนั้น ควรกระทบกับ ธรรมชาติและระบบนิเวศน้อยที่สุดหรือไม่มีผลกระทบเลย ต้องคำนึงถึงขอบเขตความสามารถ ของธรรมชาติ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและที่สำคัญควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อที่สำคัญในยุคปัจจุบัน

พงศกร ชาวเชียงตุง (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศบริเวณลำน้ำชี จังหวัดมหาสารคาม โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษา ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณลำน้ำชี ช่วงตำบลเก็ง-ตำบลท่าขอนยาง จังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กันในบริเวณลำน้ำชี ช่วงตำบลเก็ง-ตำบลท่าขอนยาง จังหวัดมหาสารคาม 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความต้องการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง นิเวศของนิสิตที่มีคุณลักษณะบางประการแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ บ้านท่าขอนยางมีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงนิสิต มีความต้องการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ในระดับปานกลาง และคุณลักษณะ ทางประชากรบางประการที่แตกต่างกันมีความต้องการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบางด้าน แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ

การท่องเที่ยวนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ลำน้ำชีต่อไป โดยเฉพาะในประเด็นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พรชัย กิตติศักดิ์เสรี (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณชายทะเลบ้านสีลัง ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของชายทะเลบ้านสีลังในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณชายทะเลบ้านสีลังให้บรรลุถึงศักยภาพที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยการวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ และใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ บริเวณชายทะเลบ้านสีลังมีศักยภาพและแนวทางการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้ เนื่องจากมีสภาพเป็นป่าชายเลนที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์สามารถเพิ่มปริมาณพื้นที่ป่าชายเลนให้มากขึ้นได้ ประชาชนให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์รักษาป่าชายเลน และมีสัตว์น้ำอยู่มากและในพื้นที่บริเวณชายทะเลบ้านสีลัง นั้นมีลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสม เพราะมีป่าชายเลนและมีพื้นที่สามารถขยายเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งจากสภาพแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายทะเลบ้านสีลัง นโยบายที่สอดคล้องกับท้องถิ่นค่อนข้างมากและตรงกับความต้องการของประชากรส่วนใหญ่ แต่ประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาบริเวณชายทะเลบ้านสีลังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณในแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ประชาชนยังให้ความสนใจในแนวทางการพัฒนาบริเวณชายทะเลบ้านสีลังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง ดังนั้นควรมีการปลูกจิตสำนึกให้แก่ประชาชนในการสำนึกรักษ์บ้านเกิดของตนเอง

กฤษฎา ภักดีอุทธรณ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านนา อำเภอสามเงา จังหวัดตาก โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการริเริ่มในการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) เพื่อศึกษากระบวนการในการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 4) เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติดต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านนา อำเภอสามเงา จังหวัดตาก

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ โดยการริเริ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานของชุมชนมีที่มาจากทั้งภายในและภายนอก ในส่วนของที่มาจากภายในนั้นสมาชิกของชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของตน และมีการรวมกลุ่มอาชีพที่เป็นประโยชน์

ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนของที่มาภายนอกนั้น กลุ่มนักวิจัยได้จัดเวทีชุมชนเพื่อ  
การวางแผนแม่บทสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้สมาชิกยังมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน  
ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้สมาชิกยังมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกิจกรรม  
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การรวบรวมความคิดเห็น การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ การวางแผนแม่บท  
ชุมชน การจัดกิจกรรมร่วมกัน สำหรับปัญหาคือการขาดแคลนเงินทุนและขาดตลาดสำหรับ  
สินค้าอุปโภคบริโภคโดยชุมชน ส่วนในเรื่องของนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ  
ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน คือ การจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชน  
จัดตั้งเครือข่ายชุมชนได้ แต่ไม่สามารถขยายตัวไปสู่การจัดตั้งได้มากนัก เนื่องจากสมาชิก  
ขาดศักยภาพในด้านการศึกษา และประสบการณ์ในการยกระดับความสามารถของตน





## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้กำหนดการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และกลุ่มที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการในการขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

#### การกำหนดขนาดตัวอย่าง

นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรจึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดย การใช้ค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) และไม่ทราบจำนวนประชากร (N) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) ซึ่งจะได้ผลลัพธ์เป็นค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเป็นกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (N) (ไม่ทราบค่า N แต่ทราบว่าประชากรมีจำนวนมาก) และประกอบกับไม่ทราบค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) ตามที่ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2551, หน้า 116) ได้แนะนำไว้ว่าให้คลาดเคลื่อนได้ตั้งแต่ 1 ส่วนใน 5 ส่วน ถึง 1 ส่วนใน 20 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร ( $\sigma$ ) ซึ่งในที่นี้จะใช้ 1 ส่วนใน 10 ส่วน และกำหนดให้ความเชื่อมั่นที่ 95% (จะได้  $Z = 1.96$ ) และใช้สูตรของ ละเอียด ศิลาน้อย (2558, หน้า 14) ดังนี้



$$n = \frac{Z\sigma^2}{E}$$

โดยให้  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$Z$  = คะแนนมาตรฐาน ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้ให้ความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้

$$Z = 1.96$$

$\sigma$  = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

$E$  = ความคลาดเคลื่อนจากค่าเฉลี่ยที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 1 ส่วนใน 10 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ( $\sigma$ ) หรือ  $E = \sigma/10$  หรือ  $E/\sigma = 1/10$  นั่นคือ  $E = 1$  และ  $\sigma = 10$

แทนค่าลงในสูตรโดยการแทนค่าตามสมการดังนี้

$$n = \frac{(1.96(10))^2}{(1)}$$

$$n = \frac{(19.6)^2}{1}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 386 \text{ (ปัดเศษทศนิยมขึ้นเป็นจำนวนเต็มเสมอ)}$$

นั่นคือ เมื่อไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดให้ความคลาดเคลื่อน ( $E$ ) เป็น 1 ส่วนใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร ( $\sigma$ ) ก็จะได้ตัวอย่าง จำนวน 386 ราย

จากการคำนวณข้างต้น จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 386 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 1 ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอโขงเจียม	กลุ่มตัวอย่าง
1. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	43
2. อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	43
3. แม่น้ำสองสี	43
4. เขื่อนปากมูล	43
5. น้ำตกแสงจันทร์	43
6. น้ำตกสร้อยสวรรค์	43
7. น้ำตกทุ่งนาเมือง	43
8. น้ำตกตาดโตน	43
9. วัดถ้ำคูหาสวรรค์	42
<b>รวม</b>	<b>386</b>

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูลจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ปรับให้เข้ากับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำแบบสอบถามโดยนำมาจากกรอบความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและพัฒนามาเป็นแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยดำเนินการให้ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบ validity ด้วยวิธี IOC
3. ผู้วิจัยทำการแก้ไขแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มประชาชน นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะเหมือนกัน จำนวน 30 คน
4. ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแล้วนำมาแก้ไข หลังจากนั้นนำไปแจกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 386 ชุด
5. ผู้วิจัยประมวลผลแบบสอบถามแล้วนำผลจากการทำแบบสอบถามไปใช้ในแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ต่อไป

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อเป็นการวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล และเป็นการอ้างอิงในงานวิจัยต่อไป ซึ่งวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ให้ตรงความเป็นจริง

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้กรอบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
2. สถานที่ในการท่องเที่ยว
3. ระยะเวลาในการเดินทาง
4. ยานพาหนะในการเดินทาง
5. บุคคลที่ร่วมเดินทาง
6. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
7. สถานที่พักแรม
8. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อเป็นการวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเป็นการอ้างอิงในงานวิจัยต่อไป โดยวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ให้ตรงความเป็นจริง ดังนี้

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ประการได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. วัตถุประสงค์ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านกระบวนการ (Process)

### 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ลักษณะของแบบสอบถามใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธีการตอบให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ลงในช่อง ( ) ให้ตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจริง ๆ โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

โดยเกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

- 4.20-5.00 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามากที่สุด
- 3.40-4.19 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามาก
- 2.60-3.39 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาปานกลาง
- 1.80-2.59 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อย
- 1.00-1.79 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อยมาก

**ตอนที่ 4** เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำไปสู่การหาข้อมูลแก้ไขและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี และเป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open Ended) โดยวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวเสนอแนะข้อคิดเห็นในภาพรวมตามความต้องการ

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาที่มีขั้นตอนดังนี้

**ขั้นที่ 1** กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตามลักษณะของแบบวัดที่สร้างและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

**ขั้นที่ 2** นำข้อคำถามจัดเป็นแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญให้นำหน้าบทความเหมาะสมตรงตามกรอบคิดการวิจัยหรือไม่ โดยครอบคลุม คือ

1. ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของตัวแปรโดยรวม
2. ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของด้านย่อยของตัวแปร
3. ความเหมาะสมของภาษา

**ขั้นที่ 3** นำความเห็นผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Concordance: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านและเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง และเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง ดังนี้

1. ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีต่ออยู่ระหว่าง +1 ถึง -1
2. ข้อคำถามที่มีตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่าต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์จริง

3. วิธีการ คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทดสอบความตรง (Test of validity) ด้วย IOC (Index of item objective congruence) โดยได้รับการตรวจทานจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คนขึ้นไป ประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ

โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence)

$\sum R$  หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 5 ท่าน

ค่า +1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

ค่า 0 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

ค่า -1 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

$n$  = จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมิน จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

- 3.1 ดร.สันติธร ภูริภักดี
- 3.2 ดร.ทัศนีย์ ปัทมสนธิ์
- 3.3 ดร.ทองระวี ศิลาน้อย
- 3.4 ดร.จิตนภา สมบูรณ์ศิลป์
- 3.5 ดร.ณัฐฉิณี ทองดี

#### ขั้นที่ 4

1. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างที่เหมือนกลุ่มประชากรจริง
2. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่จากการตรวจสอบให้ถูกต้องแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง (Try Out) ณ พื้นที่เป้าหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 30 ชุด
3. นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้นั้นมาทำการหาคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการลงรหัสเพื่อหาค่าของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้และเป็นที่ยอมรับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ให้ได้ค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.80 จากนั้นก็ทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามผลของการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจแจกแจงของแบบสอบถาม โดยนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยกำหนดค่าสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีสูตรดังนี้

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

$\alpha$  = ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

$\sum S_i^2$  = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนน

$S_t^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

$n$  = จำนวนข้อ

เมื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่นแล้วต่ำกว่า 0.83 ลงมา ก็จะนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนได้ค่าที่สูงกว่านี้จึงจะได้ถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐานเพื่อนำไปเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไป

4. การจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 386 ชุด (100%)

### การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยคือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 386 ชุด แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในเดือนมกราคม ทุกวันจันทร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาตั้งแต่ 8.00-17.00 น. จนครบ จำนวน 386 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตำรา และจากแหล่งค้นคว้าอื่น ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ งานวิจัยและจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์โดยศึกษาทฤษฎี เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบเรียงมาจัดเป็นกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. บันทึกข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จากเกณฑ์คะแนน 1-5 ในแบบสอบถามดังกล่าว สามารถจัดเป็นช่วงคะแนนด้วยสูตรเฉลี่ยได้ 5 ช่วงดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$



โดยเกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

4.20–5.00 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามากที่สุด

3.40–4.19 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามาก

2.60–3.39 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาปานกลาง

1.80–2.59 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อย

1.00–1.79 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อยมาก

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้อธิบายข้อมูลและอธิบายข้อมูลประกอบด้วย

1.1 จำนวนหรือความถี่ (Frequency) แสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เกิดขึ้นได้

1.2 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ที่ตอบแบบสัมภาษณ์ข้อนั้น}}{\text{จำนวนผู้ที่ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด}} \times 100$$

1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลการวิเคราะห์ โดยการหาค่าดังนี้

1.3.1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ  $\bar{X}$ )

โดยใช้สูตร

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

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน คะแนนค่าเฉลี่ย

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

โดยใช้สูตร

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$$\frac{(\sum x)^2}{n}$$

แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง  
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะใช้การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

2.1 ค่าทดสอบที (t-test) เพื่อใช้ในการนำมาวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.2 One-Way ANOVA (F-test) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาความความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.3 ในกรณีที่ผลการวิจัยมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ (Scheffe Method)

3. สถิติไคสแควร์แบบกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียว (Simply Classification) โดยการทดสอบ  $\chi^2$  ซึ่งกรณีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวเป็นการทดสอบเพียงด้านเดียวเพื่อต้องการทราบว่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) จากกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ไว้หรือไม่ตามนัยสำคัญที่กำหนด การทดสอบโดยใช้สูตรคำนวณ  $\chi^2$  Test คือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \approx \frac{\chi^2}{c-1} (1-a)$$

$\chi^2$  = ค่าสถิติไคสแควร์

$O_i$  = ความถี่ที่ได้จากการสังเกต

$E_i$  = ความถี่ที่คาดหวัง ซึ่งมีค่าเท่ากับจำนวนข้อมูลที่คูณด้วยสัดส่วนที่คาดหวัง

$K$  = จำนวนกลุ่มตัวแปร กรณี  $df = K - 1$

**สมมติฐานของการวิจัย**

$H_0$  = สัดส่วนของกลุ่มต่าง ๆ เป็นไปตามทฤษฎีที่คาดหวัง

$H_1$  = สัดส่วนของกลุ่มต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่คาดหวัง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นหน่วยงานภาครัฐ และตัวแทนภาคชุมชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่

**หน่วยงานภาครัฐ** จำนวน 12 คน ดังนี้

1. ทำการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุบลราชธานี จำนวน 1 คน
2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน
3. สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน
4. สำนักงานขนส่งจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน
5. สำนักปลัดอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน
6. องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโขงเจียม สำนักงานละ 1 คน จำนวน 5 คน
7. เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จำนวน 1 คน
8. เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จำนวน 1 คน

**ภาคชุมชน** โดยกำหนดจากตัวแทนกลุ่มวิชาชีพแม่บ้านของแต่ละตำบล ซึ่งได้แก่ ตัวแทนตัวแทนตำบลโขงเจียม ตำบลห้วยยาง ตำบลนาโพธิ์กลาง ตำบลหนองใหญ่และตำบลห้วยไผ่ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ตำบลละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างสำหรับหน่วยงานภาครัฐและตัวแทนภาคชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ตามโครงสร้างที่ได้กำหนดโดยผ่านการพิจารณาความเหมาะสมที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. ดร.สันติธร ภูริภักดี
2. ดร.ทัศนีย์ ปัทมสนธิ์
3. ดร.ทองระวี ศิลาน้อย
4. ดร.จิตนภา สมบูรณ์ศิลป์
5. ดร.ณัฐฉิณี ทองดี

โดยข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์นี้จะครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วยชื่อ สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์ วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์ เพศ อายุ ตำแหน่ง การศึกษา เวลาและสถานที่ที่ทำการสัมภาษณ์

**ส่วนที่ 2** ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ที่เกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยผ่านการคัดสรรข้อคำถามจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมดังนี้

1. ทำการประเมินศักยภาพของพื้นที่ (Site Evaluation) เป็นการประเมินศักยภาพของพื้นที่เกี่ยวกับการตอบคำถาม คือ เรามีอะไรบ้างแล้วและต้องการอะไรเพิ่มเติม
2. การศึกษาทางการเงิน (Financial Study) แนวทางในการวางแผนในระยะเริ่มแรก โดยต้องประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการทำโครงการ โดยภายใต้กรอบหาทุนจากที่ใด ด้วยวิธีการใด
3. การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Study) โดยคำถามจะถามเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางกายภาพที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นจำนวนมากอย่างไร
4. การศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact Study) โดยผลกระทบจากการที่นักท่องเที่ยวมากเกินไปจนส่งผลกระทบต่อประชาชนในชุมชนเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะประชาชนในพื้นที่อาจมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้ หรือการนำวัฒนธรรมจากภายนอกหรือวัฒนธรรมต่างดาวเข้าไปแทรกแซงโดยมีมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีการดำเนินการอย่างไร

#### **เกณฑ์การคัดเลือกบุคคลในการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ**

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Spradley (1979 อ้างอิงใน ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 259) เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบคำถามในการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพแบบมีโครงสร้าง ดังนี้

1. ทำเป็นบุคคลที่รู้เรื่องนั้นอย่างแท้จริง
2. เป็นบุคคลที่ยังอยู่ในวงการ ความรู้เป็นปัจจุบัน นอกเหนือจากมีความรู้และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์
3. ไม่เป็นบุคคลที่อยู่ในวงการเดียวกับผู้สัมภาษณ์ เพราะอาจทำให้คำถามและประเด็นหลายอย่างที่ควรได้ถูกมองข้ามในฐานะที่ทั้งสองฝ่ายคิดว่าอีกฝ่ายหนึ่งรู้อยู่แล้ว
4. เป็นบุคคลที่สามารถให้เวลาสำหรับการสัมภาษณ์ได้เพียงพอ

#### **การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) โดยวิธีการเปลี่ยนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (triangulation) Denzen (1970 อ้างอิงใน สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2556, หน้า 129) แล้วนำมาตรวจสอบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากบุคคลหนึ่งเป็นอีกบุคคลหนึ่งภายใต้ข้อคำถามที่เหมือนกันจะ

มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ซึ่งในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสามเส้าด้านข้อมูล ในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การเปลี่ยนบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญจาก บุคคลหนึ่งเป็นอีกบุคคลหนึ่งภายใต้คำถามที่เหมือนกัน มีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การวิจัยเชิงคุณภาพสามารถเชื่อถือได้ ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ มีการกำหนดการตรวจสอบเครื่องมือแบบสามเส้า คือ ผู้วิจัยทำการการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ภาครัฐ แล้วรวบรวมข้อมูลและทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลภาคชุมชนด้วยคำถามเดียวกัน แล้วนำผลสรุปของการสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบกัน โดยผู้วิจัยซึ่งได้อ้างอิงจากตำราและ คู่มือต่าง ๆ

### **การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยคุณภาพ**

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูล หน่วยงานภาครัฐและตัวแทนภาคชุมชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยวิธีการสัมภาษณ์และมีการบันทึกเสียงและการจดบันทึก เพื่อประมวลผลข้อมูลและ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการนำเสนอต่อไป

### **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ตามทฤษฎีของ Miles and Huberman (1994 อ้างอิงใน ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 337) โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ อยู่ใน สถานะที่พร้อมจะนำไปใช้งานได้ทันที โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพและข้อมูลด้านเนื้อหา โดยจะมีการดำเนินการเป็นระยะ ๆ

1.1 ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึก โดยมีการถอดข้อความและจัดระเบียบเก็บไว้ เนื่องจากหากจำเป็นต้องมีการแก้ไขขัดเกลาข้อมูล เพื่อความเหมาะสม และสะดวกในภาษาก็สามารถแก้ไขได้แต่ต้องยังคงความหมายเดิมและ อารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลไว้

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากเอกสารแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตีความหรือวิเคราะห์มาจัดเรียงเรียงจัด ประเภทหรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่าง ๆ มีความหมายอะไรน่าจะตรงกับ ประเด็นกับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัย

2. การแสดงข้อมูล (Data display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและแสดงข้อมูลเป็นคำร้อยละเพื่อความเข้าใจง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุป ตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาริวิจัย (Conclusion, Interpretation, Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความและตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษาต่อไป ซึ่งขั้นตอนในการตรวจสอบจะใช้วิธีการตรวจสอบภายในเพื่อทบทวนข้อมูล วิธีการได้มาของข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ว่า มีความเหมาะสมถูกต้องมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลการศึกษที่สมบูรณ์

### การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นข้อความบรรยาย โดยเป็นการกระทำกับข้อมูลที่ได้จากเอกสาร กระทำโดยการพยายามทำให้ข้อมูลนั้นเป็นจำนวนที่นับได้ ซึ่งจะใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารในการวิจัยเอกสาร โดยการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสาร และหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์
2. ผู้วิจัยต้องวางเค้าโครงของข้อมูล โดยการทำรายชื่อหรือข้อความที่จะถูกทำการวิเคราะห์แล้วแบ่งไว้เป็นประเภท (Categories)
3. ผู้วิจัยต้องคำนึงถึงบริบท (Context) หรือสภาพแวดล้อมประกอบของข้อมูลจากเอกสารที่นำมาวิเคราะห์ เช่น ใครเป็นผู้เขียน เขียนให้ใครอ่าน ช่วงเวลาที่เขียนเป็นอย่างไร เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบรรยายคุณลักษณะเฉพาะของเนื้อหาโดยไม่โยงไปสู่ลักษณะของเอกสาร ผู้ส่งสารและผู้รับ
4. การวิเคราะห์เนื้อหาจะทำตามเนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest Content) ในเอกสาร มากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ (Latent Content) การวัดความถี่ของคำหรือข้อความในเอกสารเป็นการวัดความถี่ของคำหรือข้อความที่ปรากฏอยู่ แต่ผู้วิจัยไม่ตีความคำหรือข้อความเหล่านั้น การตีความจะทำเฉพาะตอนที่สรุปเท่านั้น
5. การวัดความถี่ของการใช้ หรือการใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ แล้วให้ได้คำตอบที่มีความหมายสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการค้นหา

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษา 1) เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 2) เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนา ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี และข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีของนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยรูปแบบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้สำหรับศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 1.2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 1.3 การทดสอบสมมติฐาน มีดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน



(เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักมายังแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอโขงเจียม ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยว และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square test)

สมมติฐานที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีผลต่อระดับความต้องการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน

โดยสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

**ตอนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

**ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว**

คุณสมบัติส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	176	45.6
หญิง	210	54.4
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 2 (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
31-40 ปี	95	24.6
ต่ำกว่า 20 ปี	49	12.7
20-30 ปี	109	28.2
41-50 ปี	70	18.1
51-60 ปี	30	7.8
มากกว่า 60 ปี	33	8.5
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	210	54.4
สมรส	167	43.3
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.3
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>
<b>การศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	159	41.2
ปริญญาตรี	192	49.7
สูงกว่าปริญญาตรี	35	9.1
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	67	17.4
ข้าราชการ	105	27.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	10.6
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	79	20.5
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	49	12.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	45	11.7
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 2 (ต่อ)

คุณสมบัติส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 15,000 บาท	53	13.7
15,001-20,000 บาท	160	41.5
20,001-25,000 บาท	44	11.4
25,001-30,000 บาท	47	12.2
30,001-35,000 บาท	53	13.7
35,001-40,000 บาท	24	6.2
มากกว่า 40,000 บาท	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.4 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี และ 31-40 ปี ร้อยละ 28.2 และร้อยละ 24.6 สถานภาพการสมรส/โสด และสมรส ร้อยละ 54.4 และร้อยละ 43.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.7 และร้อยละ 41.2 ประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 27.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 41.5

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

**ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้</b>		
เพื่อการท่องเที่ยว	324	83.9
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	14	3.6
เพื่อการนันทนาการ	9	2.3
เพื่อทัศนศึกษา	24	6.2
เพื่อศึกษาดูงาน	7	1.8
เพื่อผู้ร่วมประชุมสัมมนา	8	2.1

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี</b>		
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	97	25.1
อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	44	11.4
แม่น้ำสองสี	42	10.9
เขื่อนปากมูล	32	8.3
น้ำตกแสงจันทร์	29	7.5
น้ำตกสร้อยสวรรค์	31	8.0
น้ำตกทุ่งนาเมือง	30	7.8
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	51	13.2
น้ำตกตาโตเน	30	7.8
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี</b>		
รถจักรยานยนต์	31	8.0
รถโดยสารประจำทาง	36	9.3
รถยนต์ส่วนบุคคล	109	28.2
รถโดยสารทัศนาจร	203	52.6
รถรับจ้างท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้</b>		
1 ชั่วโมง	16	4.1
1 ชั่วโมง 30 นาที	7	1.8
2 ชั่วโมง	71	18.4
2 ชั่วโมง 30 นาที	43	11.1
3 ชั่วโมง	111	28.8
อื่น ๆ	138	35.8
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมगत่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้</b>		
เพื่อน	222	57.5
สามี/ภรรยา	13	3.4
ครอบครัว	146	37.8
ญาติ	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียมสำหรับครั้งนี้</b>		
ครึ่งวัน	2	0.5
1 วัน	56	14.5
2 วัน	322	83.4
3 วัน หรือมากกว่า	6	1.6
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว</b>		
วันจันทร์-วันศุกร์	36	9.3
วันหยุดสุดสัปดาห์	307	79.5
วันหยุดเทศกาล	22	5.7
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	21	5.4
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้</b>		
กางเต็นท์	40	10.4
รีสอร์ท	127	32.9
บ้านพักของหน่วยราชการ	17	4.4
โฮมสเตย์	6	1.6
โรงแรม	196	50.8
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>
<b>งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	1	0.3
501-1,000 บาท	33	8.5

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1,001–2,000 บาท	172	44.6
มากกว่า 2,000 บาท	180	46.6
<b>รวม</b>	<b>386</b>	<b>100</b>

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอโขงเจียม เพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 83.9 สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชม อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ร้อยละ 25.1 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางรถบัส คณะทัวร์ ร้อยละ 52.6 ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ร้อยละ 35.8 บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านเป็นเพื่อน ร้อยละ 57.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว อำเภอโขงเจียม สำหรับ 2 วัน ร้อยละ 83.4 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 79.5 สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ โรงแรม ร้อยละ 50.8 งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียม มากกว่า 2,000 บาท และ 1,001–2,000 บาท ร้อยละ 46.6 และร้อยละ 44.6

#### ตอนที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพและวิเคราะห์รายชื่อ ทั้งนี้ มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลดังนี้

4.20–5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.40–4.19 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.60–3.39 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.80–2.59 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00–1.79 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 4 ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยว  
ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.375	0.372	มากที่สุด
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.834	0.705	มาก
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.806	0.434	มากที่สุด
3. ความงดงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	4.782	0.449	มากที่สุด
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.262	0.621	มากที่สุด
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.189	0.671	มาก
ด้านราคา	4.046	0.443	มาก
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.021	0.529	มาก
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.070	0.486	มาก
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.005	0.549	มาก
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	4.067	0.520	มาก
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.065	0.538	มาก
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.327	0.569	ปานกลาง
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายบริการที่ เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.078	0.812	ปานกลาง
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภท ออนไลน์	3.109	1.001	ปานกลาง
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อ บัตรเข้าชม	2.767	1.188	ปานกลาง
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	3.839	0.657	มาก
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	3.845	0.630	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.559	0.323	มากที่สุด
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.461	0.978	มาก



ตาราง 4 (ต่อ)

ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด				
ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.858	0.385	มากที่สุด	
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว	4.839	0.414	มากที่สุด	
4. ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น	4.824	0.395	มากที่สุด	
5. ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขยายบริการ ที่เหมาะสม	4.813	0.410	มากที่สุด	
ด้านบุคลากร				
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยว มีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.694	0.603	มาก	
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ	3.845	0.536	มาก	
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.845	0.578	มาก	
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.883	0.576	มาก	
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพใน การให้บริการ	3.904	0.575	มาก	
ด้านกระบวนการให้บริการ				
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.637	0.618	มากที่สุด	
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่ง ท่องเที่ยว	4.790	0.489	มากที่สุด	
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.166	0.942	มาก	
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.264	1.129	ปานกลาง	
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว	3.497	0.932	มาก	

## ตาราง 4 (ต่อ)

ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.411	0.399	มากที่สุด
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.852	0.410	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ	4.756	0.552	มากที่สุด
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว	3.254	1.021	ปานกลาง
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ	4.744	0.636	มากที่สุด
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.451	0.759	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.806 ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.070 ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือมีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.845 ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.858 ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.904 ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.790 ด้านองค์ประกอบทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ย 4.852

### ตอนที่ 1.3 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชม ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พัก บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียม ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยว และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

$H_1$  : เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ Chi-Square

สมมติฐานที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		$\chi^2$	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้						
เพื่อการท่องเที่ยว	151	85.8	173	82.4	2.007	0.848
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	4	2.3	10	4.8		
เพื่อการนันทนาการ	4	2.3	5	2.4		
เพื่อทัศนศึกษา	10	5.7	14	6.7		
เพื่อศึกษาดูงาน	3	1.7	4	1.9		
เพื่อร่วมประชุมสัมมนา	4	2.3	4	1.9		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้						
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	46	26.1	51	24.3		

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	17	9.7	27	12.9	15.801	0.045*
แม่น้ำสองสี	12	6.8	30	14.3		
เขื่อนปากมูล	12	6.8	20	9.5		
น้ำตกแสงจันทร์	20	11.4	9	4.3		
น้ำตกสร้อยสวรรค์	15	8.5	16	7.6		
น้ำตกทุ่งนาเมือง	13	7.4	17	8.1		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	23	13.1	28	13.3		
น้ำตกตาดโตน	18	10.2	12	5.7		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้						
รถจักรยานยนต์	25	14.2	6	2.9	28.352	0.000*
รถโดยสารประจำทาง	21	11.9	15	7.1		
รถยนต์ส่วนบุคคล	55	31.3	54	25.7		
รถบัสคณะทัวร์	74	42.0	129	61.4		
รถรับจ้างท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ	1	0.6	6	2.9		
เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น						
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้						
1 ชั่วโมง	6	3.4	10	4.8	12.131	0.033*
1.30 ชั่วโมง	4	2.3	3	1.4		
2 ชั่วโมง	40	22.7	31	14.8		
2.30 ชั่วโมง	15	8.5	28	13.3		
3 ชั่วโมง	59	33.5	52	24.8		
อื่น ๆ	52	29.5	86	41.0		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้						
เพื่อน	108	61.4	114	54.3	6.353	0.096
สามี/ภรรยา	9	5.1	4	1.9		
ครอบครัว	57	32.4	89	42.4		
ญาติ	2	1.1	3	1.4		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสำหรับครั้งนี้						
ครึ่งวัน	2	1.1	0	0.0	2.603	0.457
1 วัน	24	13.6	32	15.2		
2 วัน	147	83.5	175	83.3		
3 วัน หรือมากกว่า	3	1.7	3	1.4		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว						
วันจันทร์-วันศุกร์	14	8.0	22	10.5	2.361	0.501
วันหยุดสุดสัปดาห์	146	83.0	161	76.7		
วันหยุดเทศกาล	8	4.5	14	6.7		
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	8	4.5	13	6.2		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้						
กางเต็นท์	32	18.2	8	3.8	22.335	0.000*
รีสอร์ต	49	27.8	78	37.1		
บ้านพักของหน่วยราชการ	7	4.0	10	4.8		
โฮมสเตย์	2	1.1	4	1.9		
โรงแรม	86	48.9	110	52.4		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้						
ต่ำกว่า 500 บาท	0	0.0	1	0.5	3.022	0.388
501-1,000 บาท	19	10.8	14	6.7		
1,001-2,000 บาท	75	42.6	97	46.2		
มากกว่า 2,000 บาท	82	46.6	98	46.7		
<b>รวม</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>210</b>	<b>100</b>		

จากตาราง 5 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.045) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.033) และสถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

สมมติฐานที่ 1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงนิเวศ อำเภอไชยเจียม จังหวัดอุบลราชธานี



ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		X <sup>2</sup>	Sig.		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้																
เพื่อการท่องเที่ยว	38	77.6	97	89.0	85	89.5	56	80.0	22	73.3	26	78.8	91.156	0.000*		
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	0	0.0	1	0.9	1	1.1	4	5.7	3	10.0	5	15.2				
เพื่อการนันทนาการ	0	0.0	2	1.8	0	0.0	1	1.4	4	13.3	2	6.1				
เพื่อทัศนศึกษา	11	22.4	7	6.4	4	4.2	2	2.9	0	0.0	0	0.0				
เพื่อศึกษาดูงาน	0	0.0	0	0.0	1	1.1	5	7.1	1	3.3	0	0.0				
เพื่อร่วมประชุมสัมมนา	0	0.0	2	1.8	4	4.2	2	2.9	0	0.0	0	0.0				
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>				
สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการไปชมในครั้งนี้																
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	14	28.6	23	21.1	32	33.7	15	21.4	7	23.3	6	18.2	139.717	0.000*		
อุทยานแห่งชาติ	6	12.2	8	7.3	15	15.8	8	11.4	3	10.0	4	12.1				
แก่งตะนะ																
แม่น้ำสองสี	2	4.1	23	21.1	7	7.4	6	8.6	1	3.3	3	9.1				
เขื่อนปากมูล	5	10.2	11	10.1	6	6.3	9	12.9	0	0.0	1	3.0				
น้ำตกแสงจันทร์	7	14.3	10	9.2	11	11.6	1	1.4	0	0.0	0	0.0				
น้ำตกสร้อยสวรรค์	2	4.1	19	17.4	7	7.4	0	0.0	0	0.0	3	9.1				
น้ำตกทุ่งนาเมือง	4	8.2	5	4.6	3	3.2	5	7.1	7	23.3	6	18.2				
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	4	8.2	6	5.5	11	11.6	23	32.9	3	10.0	4	12.1				
น้ำตกตาดโตน	5	10.2	4	3.7	3	3.2	3	4.3	9	30.0	6	18.2				
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>				



ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้														
รถจักรยานยนต์	17	34.7	9	8.3	5	5.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	197.179	0.000*
รถโดยสารประจำทาง	12	24.5	20	18.3	0	0.0	3	4.3	1	3.3	0	0.0		
รถยนต์ส่วนบุคคล	2	4.1	6	5.5	24	25.3	32	45.7	22	73.3	23	69.7		
รถบัสคณะทัวร์	18	36.7	70	64.2	66	69.5	34	48.6	6	20.0	9	27.3		
รถรับจ้างท้องถิ่น	0	0.0	4	3.7	0	0.0	1	1.4	1	3.3	1	3.0		
ประเภทต่างๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น														
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้														
1 ชั่วโมง	3	6.1	3	2.8	0	0.0	3	4.3	5	16.7	2	6.1	54.356	0.001*
1 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.0	3	2.8	0	0.0	1	1.4	2	6.7	1	3.0		
2 ชั่วโมง	20	40.8	18	16.5	16	16.8	6	8.6	4	13.3	7	21.2		
2 ชั่วโมง 30 นาที	5	10.2	11	10.1	13	13.7	9	12.9	4	13.3	1	3.0		
3 ชั่วโมง	10	20.4	27	24.8	33	34.7	22	31.4	8	26.7	11	33.3		
อื่น ๆ	11	22.4	47	43.1	33	34.7	29	41.4	7	23.3	11	33.3		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวในครั้งนี้														
เพื่อน	45	91.8	83	76.1	66	69.5	25	35.7	3	10.0	0	0.0	148.399	0.000*
สามี/ภรรยา	0	0.0	2	1.8	1	1.1	7	10.0	3	10.0	0	0.0		

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ครอบครัว	4	8.2	22	20.2	27	28.4	37	52.9	23	76.7	33	100.0		
ญาติ	0	0.0	2	1.8	1	1.1	1	1.4	1	3.3	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่อำเภอเชิงเจียมสำหรับครั้งนี้														
ครึ่งวัน	1	2.0	1	0.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	29.073	0.016*
1 วัน	10	20.4	15	13.8	19	20.0	10	14.3	0	0.0	2	6.1		
2 วัน	38	77.6	92	84.4	76	80.0	59	84.3	29	96.7	28	84.8		
3 วัน หรือมากกว่า	0	0.0	1	0.9	0	0.0	1	1.4	1	3.3	3	9.1		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในครั้งนี														
วันจันทร์-วันศุกร์	8	16.3	3	2.8	12	12.6	5	7.1	1	3.3	7	21.2	37.178	0.001*
วันหยุดสุดสัปดาห์	40	81.6	93	85.3	73	76.8	54	77.1	24	80.0	23	69.7		
วันหยุดเทศกาล	1	2.0	10	9.2	7	7.4	2	2.9	2	6.7	0	0.0		
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	0	0.0	3	2.8	3	3.2	9	12.9	3	10.0	3	9.1		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้														
กางเต็นท์	19	38.8	12	11.0	4	4.2	2	2.9	3	10.0	0	0.0	161.941	0.000*
รีสอร์ท	24	49.0	62	56.9	23	24.2	8	11.4	4	13.3	6	18.2		
บ้านพักของหน่วยราชการ	0	0.0	2	1.8	8	8.4	6	8.6	0	0.0	1	3.0		
โฮมสเตย์	1	2.0	5	4.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
โรงแรม	5	10.2	28	25.7	60	63.2	54	77.1	23	76.7	26	78.8		

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้														
ต่ำกว่า 500 บาท	1	2.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	133.271	0.000*
501-1,000 บาท	15	30.6	13	11.9	1	1.1	3	4.3	0	0.0	1	3.0		
1,001- 2,000 บาท	29	59.2	74	67.9	35	36.8	13	18.6	12	40.0	9	27.3		
มากกว่า 2,000 บาท	4	8.2	22	20.2	59	62.1	54	77.1	18	60.0	23	69.7		
<b>รวม</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>33</b>	<b>100</b>		

จากตาราง 6 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.001) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียมสำหรับครั้งนี่ (Sig.= 0.016) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.001) สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี่ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี่ (Sig.= 0.000)

### สมมติฐานที่ 1.3 สถานะการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี่								
เพื่อการท่องเที่ยว	178	84.8	140	83.8	6	66.7	46.257	0.000*
เพื่อการพักผ่อน	4	1.9	10	6.0	0	0.0		
หย่อนใจ								
เพื่อการ	3	1.4	4	2.4	2	22.2		
นันทนาการ								
เพื่อทัศนศึกษา	22	10.5	2	1.2	0	0.0		
เพื่อศึกษาดูงาน	2	1.0	4	2.4	1	11.1		
เพื่อร่วม	1	0.5	7	4.2	0	0.0		
ประชุมสัมมนา								
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี่								
อุทยานแห่งชาติ	55	26.2	40	24.0	2	22.2	51.074	0.000*
ผาแต้ม								

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อุทยานแห่งชาติ	24	11.4	17	10.2%	3	33.3%		
แก่งตะนะ								
แม่น้ำสองสี	27	12.9	14	8.4	1	11.1		
เขื่อนปากมูล	15	7.1	17	10.2	0	0.0		
น้ำตกแสงจันทร์	26	12.4	3	1.8	0	0.0		
น้ำตกร้อยสวรรค์	24	11.4	7	4.2	0	0.0		
น้ำตกทุ่งนาเมือง	13	6.2	15	9.0	2	22.2		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	17	8.1	33	19.8	1	11.1		
น้ำตกตาดโตน	9	4.3	21	12.6	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้นักท่องเที่ยว								
รถจักรยานยนต์	28	13.3	3	1.8	0	0.0	86.066	0.000*
รถโดยสาร	32	15.2	3	1.8	1	11.1		
ประจำทาง								
รถยนต์ส่วนบุคคล	25	11.9	79	47.3	5	55.6		
รถบัสคณะทัวร์	122	58.1	79	47.3	2	22.2		
รถรับจ้างท้องถิ่น	3	1.4	3	1.8	1	11.1		
ประเภทต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น								
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้								
1 ชั่วโมง	7	3.3	8	4.8	1	11.1	14.284	0.160
1 ชั่วโมง 30 นาที	2	1.0	4	2.4	1	11.1		
2 ชั่วโมง	46	21.9	25	15.0	0	0.0		
2 ชั่วโมง 30 นาที	26	12.4	17	10.2	0	0.0		
3 ชั่วโมง	58	27.6	51	30.5	2	22.2		
อื่น ๆ	71	33.8	62	37.1	5	55.6		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้								
เพื่อน	168	80.0	51	30.5	3	33.3	103.961	0.000*
สามี/ภรรยา	2	1.0	11	6.6	0	0.0		
ครอบครัว	38	18.1	103	61.7	5	55.6		
ญาติ	2	1.0	2	1.2	1	11.1		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสำหรับครั้งนี้								
ครึ่งวัน	2	1.0	0	0.0	0	0.0	9.960	0.126
1 วัน	37	17.6	17	10.2	2	22.2		
2 วัน	170	81.0	145	86.8	7	77.8		
3 วัน หรือมากกว่า	1	0.5	5	3.0	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว								
วันจันทร์-วันศุกร์	22	10.5	12	7.2	2	22.2	18.102	0.006*
วันหยุดสุดสัปดาห์	169	80.5	134	80.2	4	44.4		
วันหยุดเทศกาล	14	6.7	6	3.6	2	22.2		
วันหยุดพักผ่อน ประจำปี	5	2.4	15	9.0	1	11.1		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้								
กางเต็นท์	38	18.1	2	1.2	0	0.0	89.408	0.000*
รีสอร์ท	94	44.8	32	19.2	1	11.1		
บ้านพักของหน่วย ราชการ	7	3.3	10	6.0	0	0.0		
โฮมสเตย์	6	2.9	0	0.0	0	0.0		
โรงแรม	65	31.0	123	73.7	8	88.9		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้								
ต่ำกว่า 500 บาท	1	0.5	0	0.0	0	0.0	78.452	0.000*
501-1,000 บาท	30	14.3	2	1.2	1	11.1		

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	1,001–2,000 บาท	122	58.1	50	29.9	0		
มากกว่า 2,000 บาท	57	27.1	115	68.9	8	88.9		
<b>รวม</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>		

จากตาราง 7 พบว่า สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน (Sig.= 0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.= 0.006) สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่ อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ตาราง 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางในครั้งนี้								
เพื่อการท่องเที่ยว	139	87.4	159	82.8	26	74.3	42.951	0.000*
เพื่อการพักผ่อน	2	1.3	10	5.2	2	5.7		
หย่อนใจ								
เพื่อการนัดพบทางการ	1	0.6	4	2.1	4	11.4		
เพื่อทัศนศึกษา	16	10.1	8	4.2	0	0.0		
เพื่อศึกษาดูงาน	0	0.0	4	2.1	3	8.6		
เพื่อร่วมประชุมสัมมนา	1	0.6	7	3.6	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		



ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้								
อุทยานแห่งชาติ	33	20.8	58	30.2	6	17.1	61.709	0.000*
ผาแต้ม								
อุทยานแห่งชาติ	14	8.8	28	14.6	2	5.7		
แก่งตะนะ								
แม่น้ำสองสี	29	18.2	9	4.7	4	11.4		
เขื่อนปากมูล	13	8.2	13	6.8	6	17.1		
น้ำตกแสงจันทร์	18	11.3	11	5.7	0	0.0		
น้ำตกสร้อยสวรรค์	22	13.8	9	4.7	0	0.0		
น้ำตกพุงนาเมือง	9	5.7	16	8.3	5	14.3		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	10	6.3	31	16.1	10	28.6		
น้ำตกตาดโตน	11	6.9	17	8.9	2	5.7		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้								
รถจักรยานยนต์	28	17.6	3	1.6	0	0.0	138.487	0.000*
รถโดยสารประจำทาง	31	19.5	5	2.6	0	0.0		
รถยนต์ส่วนบุคคล	12	7.5	68	35.4	0	82.9		
รถบัสคณะทัวร์	84	52.8	114	59.4	0	14.3		
รถรับจ้างท้องถิ่น	4	2.5	2	1.0	0	2.9		
ประเภทต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น								
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้								
1 ชั่วโมง	4	2.5	11	5.7	1	2.9	18.607	0.046*
1 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.0	6	3.1	1	2.9		
2 ชั่วโมง	35	22.0	27	14.1	9	25.7		
2 ชั่วโมง 30 นาที	18	11.3	22	11.5	3	8.6		
3 ชั่วโมง	40	25.2	56	29.2	15	42.9		
อื่น ๆ	62	39.0	70	36.5	6	17.1		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้								
เพื่อน	128	80.5	83	43.2	11	31.4	74.862	0.000*

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สามี/ภรรยา	2	1.3	10	5.2	1	2.9		
ครอบครัว	28	17.6	98	51.0	20	57.1		
ญาติ	1	0.6	1	0.5	3	8.6		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสำหรับครั้งนี้								
ครึ่งวัน	2	1.3	0	0.0	0	0.0	15.025	0.020*
1 วัน	21	13.2	34	17.7	1	2.9		
2 วัน	136	85.5	152	79.2	34	97.1		
3 วัน หรือมากกว่า	0	0.0	6	3.1	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว								
วันจันทร์-วันศุกร์	12	7.5	22	11.5	2	5.7	10.641	0.100
วันหยุดสุดสัปดาห์	134	84.3	148	77.1	25	71.4		
วันหยุดเทศกาล	9	5.7	9	4.7	4	11.4		
วันหยุดพักผ่อน	4	2.5	13	6.8	4	11.4		
ประจำปี								
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้								
กางเต็นท์	35	22.0	5	2.6	0	0.0	111.684	0.000*
รีสอร์ท	75	47.2	52	27.1	0	0.0		
บ้านพักของหน่วยราชการ	3	1.9	12	6.3	2	5.7		
โฮมสเตย์	6	3.8	0	0.0	0	0.0		
โรงแรม	40	25.2	123	64.1	33	94.3		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี								
ต่ำกว่า 500 บาท	1	0.6	0	0.0	0	0.0	121.461	0.000*
501-1,000 บาท	26	16.4	7	3.6	0	0.0		
1,001-2,000 บาท	107	67.3	64	33.3	1	2.9		
มากกว่า 2,000 บาท	25	15.7	121	63.0	34	97.1		
<b>รวม</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>192</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>		

จากตาราง 8 พบว่า การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียม ในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี่ของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.046) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี่ (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียมสำหรับครั้งนี่ (Sig.= 0.020) สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี่ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี่ (Sig.= 0.000)

**สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**



ตาราง 9 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้														
เพื่อการท่องเที่ยว	51	76.1	91	86.7	36	87.8	71	89.9	38	77.6	37	82.2	101.931	0.000*
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	0	0.0	4	3.8	0	0.0	2	2.5	2	4.1	6	13.3		
เพื่อการนันทนาการ	1	1.5	1	1.0	3	7.3	0	0.0	2	4.1	2	4.4		
เพื่อทัศนศึกษา	15	22.4	6	5.7	0	0.0	3	3.8	0	0.0	0	0.0		
เพื่อศึกษาดูงาน	0	0.0	0	0.0	1	2.4	0	0.0	6	12.2	0	0.0		
เพื่อร่วมประชุมสัมมนา	0	0.0	3	2.9	1	2.4	3	3.8	1	2.0	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้														
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	19	28.4	31	29.5	13	31.7	14	17.7	8	16.3	12	26.7	148.145	0.000*
อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	6	9.0	15	14.3	4	9.8	10	12.7	4	8.2	5	11.1		
แม่น้ำสองสี	2	3.0	5	4.8	1	2.4	29	36.7	2	4.1	3	6.7		
เขื่อนปากมูล	7	10.4	11	10.5	2	4.9	11	13.9	1	2.0	0	0.0		
น้ำตกแสงจันทร์	5	7.5	8	7.6	3	7.3	2	2.5	10	20.4	1	2.2		
น้ำตกสร้อยสวรรค์	3	4.5	4	3.8	3	7.3	8	10.1	10	20.4	3	6.7		
น้ำตกทุ่งนาเมือง	9	13.4	5	4.8	5	12.2	2	2.5	3	6.1	6	13.3		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	8	11.9	21	20.0	9	22.0	0	0.0	7	14.3	6	13.3		
น้ำตกตาดโตน	8	11.9	5	4.8	1	2.4	3	3.8	4	8.2	9	20.0		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้														
รถจักรยานยนต์	20	29.9	1	1.0	1	2.4	2	2.5	5	10.2	2	4.4	189.137	0.000*
รถโดยสารประจำทาง	19	28.4	0	0.0	1	2.4	3	3.8	13	26.5	0	0.0		
รถยนต์ส่วนบุคคล	4	6.0	25	23.8	22	53.7	15	19.0	15	30.6	28	62.2		
รถโดยสารแท็กซี่	21	31.3	78	74.3	16	39.0	57	72.2	16	32.7	15	33.3		
รถรับจ้างท้องถิ่น	3	4.5	1	1.0	1	2.4	2	2.5	0	0.0	0	0.0		
ประเภทต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น														
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้														
1 ชั่วโมง	5	7.5	5	4.8	3	7.3	1	1.3	0	0.0	2	4.4	53.885	0.001*
1 ชั่วโมง 30 นาที	0	0.0	3	2.9	0	0.0	0	0.0	3	6.1	1	2.2		
2 ชั่วโมง	24	35.8	12	11.4	9	22.0	8	10.1	9	18.4	9	20.0		
2 ชั่วโมง 30 นาที	7	10.4	12	11.4	7	17.1	10	12.7	3	6.1	4	8.9		
3 ชั่วโมง	18	26.9	30	28.6	11	26.8	18	22.8	16	32.7	18	40.0		
อื่น ๆ	13	19.4	43	41.0	11	26.8	42	53.2	18	36.7	11	24.4		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้														
เพื่อน	61	91.0	55	52.4	15	36.6	53	67.1	34	69.4	4	8.9	105.086	0.000*
สามี/ภรรยา	1	1.5	7	6.7	0	0.0	3	3.8	1	2.0	1	2.2		
ครอบครัว	5	7.5	40	38.1	25	61.0	23	29.1	13	26.5	40	88.9		
ญาติ	0	0.0	3	2.9	1	2.4	0	0.0	1	2.0	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสำหรับครั้งนี้														
ครึ่งวัน	2	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	26.802	0.030*
1 วัน	12	17.9	21	20.0	2	4.9	11	13.9	5	10.2	5	11.1		
2 วัน	53	79.1	83	79.0	38	92.7	67	84.8	44	89.8	37	82.2		
3 วัน หรือ มากกว่า	0	0.0	1	1.0	1	2.4	1	1.3	0	0.0	3	6.7		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว														
วันจันทร์-วันศุกร์	8	11.9	11	10.5	1	2.4	6	7.6	3	6.1	7	15.6	33.026	0.005*
วันหยุดสุดสัปดาห์	56	83.6	88	83.8	29	70.7	58	73.4	41	83.7	35	77.8		
วันหยุดเทศกาล	2	3.0	3	2.9	4	9.8	9	11.4	4	8.2	0	0.0		
วันหยุดพักผ่อน	1	1.5	3	2.9	7	17.1	6	7.6	1	2.0	3	6.7		
ประจำปี														
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		X <sup>2</sup>	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้														
กางเต็นท์	23	34.3	1	1.0	2	4.9	3	3.8	9	18.4	2	4.4	134.148	0.000*
รีสอร์ต	31	46.3	26	24.8	5	12.2	39	49.4	13	26.5	13	28.9		
บ้านพักของหน่วย ราชการ	1	1.5	8	7.6	3	7.3	3	3.8	2	4.1	0	0.0		
โฮมสเตย์	5	7.5	0	0.0	0	0.0	1	1.3	0	0.0	0	0.0		
โรงแรม	7	10.4	70	66.7	31	75.6	33	41.8	25	51.0	30	66.7		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้														
ต่ำกว่า 500 บาท	1	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	103.309	0.000*
501 – 1,000 บาท	17	25.4	4	3.8	1	2.4	2	2.5	7	14.3	2	4.4		
1,001 – 2,000 บาท	41	61.2	30	28.6	8	19.5	53	67.1	20	40.8	20	44.4		
มากกว่า 2,000 บาท	8	11.9	71	67.6	32	78.0	24	30.4	22	44.9	23	51.1		
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>45</b>	<b>100</b>		



จากตาราง 9 พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้นของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.001) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว อำเภอโขงเจียม สำหรับครั้งนี้ (Sig.= 0.030) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.= 0.005) สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

**สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**



ตาราง 10 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ไม่เกิน 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		มากกว่า 40,000		X <sup>2</sup>	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้																
เพื่อการท่องเที่ยว	142	88.8	41	93.2	42	79.2	36	76.6	46	86.8	15	62.5	2	40.0	136.6	0.000*
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	2	1.3	2	4.5	0	0.0	3	6.4	4	7.5	2	8.3	1	20.0		
เพื่อการนัดหมายการ	2	1.3	1	2.3	2	3.8	0	0.0	2	3.8	1	4.2	1	20.0		
เพื่อทัศนศึกษา	14	8.8	0	0.0	5	9.4	5	10.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
เพื่อศึกษาดูงาน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.1	0	0.0	6	25.0	0	0.0		
เพื่อร่วมประชุม สัมมนา	0	0.0	0	0.0	4	7.5	2	4.3	1	1.9	0	0.0	1	20.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้																
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	30	18.8	19	43.2	15	28.3	17	36.2	12	22.6	2	8.3	2	40.0	157.59	0.000*
อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	14	8.8	2	4.5	9	17.0	9	19.1	3	5.7	4	16.7	3	60.0		
แม่น้ำสองสี	29	18.1	4	9.1	3	5.7	2	4.3	3	5.7	1	4.2	0	0.0		
เขื่อนปากมูล	12	7.5	4	9.1	0	0.0	10	21.3	4	7.5	2	8.3	0	0.0		
น้ำตกแสงจันทร์	18	11.3	3	6.8	7	13.2	1	2.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
น้ำตกสร้อยสวรรค์	20	12.5	8	18.2	3	5.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
น้ำตกทุ่งนางเมือง	10	6.3	1	2.3	4	7.5	2	4.3	11	20.8	2	8.3	0	0.0		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	14	8.8	0	0.0	5	9.4	4	8.5	17	32.1	11	45.8	0	0.0		
น้ำตกตาดโตน	13	8.1	3	6.8	7	13.2	2	4.3	3	5.7	2	8.3	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว																
รถจักรยานยนต์	28	17.5	2	4.5	1	1.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	185.55	0.000*

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ไม่เกิน 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		มากกว่า 40,000		X <sup>2</sup>	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
รถโดยสารประจำทาง	31	19.4	1	2.3	0	0.0	1	2.1	0	0.0	3	12.5	0	0.0		
รถยนต์ส่วนบุคคล	14	8.8	11	25.0	18	34.0	13	27.7	34	64.2	16	66.7	3	60.0		
รถโดยสารสาธารณะ	84	52.5	28	63.6	34	64.2	33	70.2	19	35.8	5	20.8	0	0.0		
รถรับจ้างท้องถิ่นประเภท ต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น	3	1.9	2	4.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	40.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้																
1 ชั่วโมง	5	3.1	2	4.5	0	0.0	1	2.1	7	13.2	0	0.0	1	20.0	57.151	0.002*
1 ชั่วโมง 30 นาที	1	0.6	1	2.3	4	7.5	0	0.0	0	0.0	1	4.2	0	0.0		
2 ชั่วโมง	34	21.3	12	27.3	4	7.5	9	19.1	8	15.1	4	16.7	0	0.0		
2 ชั่วโมง 30 นาที	14	8.8	7	15.9	9	17.0	9	19.1	1	1.9	3	12.5	0	0.0		
3 ชั่วโมง	45	28.1	9	20.5	22	41.5	12	25.5	16	30.2	5	20.8	2	40.0		
อื่น ๆ	61	38.1	13	29.5	14	26.4	16	34.0	21	39.6	11	45.8	2	40.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้																
เพื่อน	119	74.4	22	50.0	27	50.9	30	63.8	12	22.6	11	45.8	1	20.0	83.387	0.000*
สามี/ภรรยา	3	1.9	0	0.0	0	0.0	3	6.4	6	11.3	0	0.0	1	20.0		
ครอบครัว	37	23.1	21	47.7	26	49.1	14	29.8	34	64.2	12	50.0	2	40.0		
ญาติ	1	0.6	1	2.3	0	0.0	0	0.0	1	1.9	1	4.2	1	20.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ไม่เกิน 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		มากกว่า 40,000		X <sup>2</sup>	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอเชิงเจียมสำหรับครั้งนี้																
ครึ่งวัน	1	0.6	1	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	27.657	0.067
1 วัน	20	12.5	8	18.2	10	18.9	13	27.7	3	5.7	1	4.2	1	20.0		
2 วัน	138	86.3	35	79.5	42	79.2	31	66.0	49	92.5	23	95.8	4	80.0		
3 วัน หรือมากกว่า	1	0.6	0	0.0	1	1.9	3	6.4	1	1.9	0	0.0	0	0.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว																
วันจันทร์-วันศุกร์	8	5.0	3	6.8	7	13.2	9	19.1	3	5.7	5	20.8	1	20.0	33.238	0.016*
วันหยุดสุดสัปดาห์	136	85.0	37	84.1	40	75.5	32	68.1	42	79.2	18	75.0	2	40.0		
วันหยุดเทศกาล	12	7.5	3	6.8	1	1.9	1	2.1	4	7.5	0	0.0	1	20.0		
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	4	2.5	1	2.3	5	9.4	5	10.6	4	7.5	1	4.2	1	20.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้																
กางเต็นท์	34	21.3	1	2.3	2	3.8	1	2.1	1	1.9	1	4.2	0	0.0	143.333	0.000*
รีสอร์ท	79	49.4	19	43.2	14	26.4	12	25.5	3	5.7	0	0.0	0	0.0		
บ้านพักของหน่วยราชการ	1	0.6	3	6.8	6	11.3	4	8.5	2	3.8	0	0.0	1	20.0		
โฮมสเตย์	6	3.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
โรงแรม	40	25.0	21	47.7	31	58.5	30	63.8	47	88.7	23	95.8	4	80.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		
งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอเชิงเจียมในครั้งนี้																
ต่ำกว่า 500 บาท	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	135.756	0.000*
501-1,000 บาท	25	15.6	2	4.5	2	3.8	4	8.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ไม่เกิน 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		มากกว่า 40,000		X <sup>2</sup>	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1,001-2,000 บาท	109	68.1	24	54.5	15	28.3	13	27.7	9	17.0	1	4.2	1	20.0		
มากกว่า 2,000 บาท	25	15.6	18	40.9	36	67.9	30	63.8	44	83.0	23	95.8	4	80.0		
<b>รวม</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>47</b>	<b>100</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>		



จากตาราง 10 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียม ในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนีของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.002) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี (Sig.= 0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.= 0.016) สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่ อำเภอโขงเจียมในครั้งนี (Sig.= 0.000)

ผลการทดสอบสมมติฐานทั้งสิ้น 54 รายการ พบว่า 9 รายการ มีนัยสำคัญทางสถิติสรุปได้ว่า ในสภาพปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยรวม ดังนี้

ตาราง 11 ผลการทดสอบสมมติฐาน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	การศึกษาสูงสุด	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	✓	X	X	X	X	X
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปเยี่ยมชมครั้งนี้	X	X	X	X	X	X
3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้	X	X	X	X	X	X
4. ระยะเวลาในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	X	X	✓	X	X	X
5. บุคคลที่ร่วมเดินทาง	✓	X	X	X	X	X
6. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในครั้งนี	✓	X	✓	X	X	✓
7. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว	✓	X	X	✓	X	X
8. สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวในครั้งนี	X	X	X	X	X	X

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ การสมรส	การศึกษา สูงสุด	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
9. งบประมาณสำหรับการ ท่องเที่ยวในครั้งนี	✓	X	X	X	X	X
<b>ภาพรวม</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>

หมายเหตุ: โดยกำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเครื่องหมาย X แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 11 พบว่า ผลสรุปของการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way-ANOVA or F-test) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในภาพรวม

**สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน**

โดยสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

**สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน**



ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ

ความต้องการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.366	0.403	4.382	0.345	0.625	0.430
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.841	0.723	3.829	0.691	0.759	0.384
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.790	0.449	4.819	0.421	1.716	0.191
3. ความมั่งคั่งตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	4.767	0.475	4.795	0.427	1.499	0.222
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.233	0.639	4.286	0.606	0.268	0.605
5. ให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.199	0.668	4.181	0.675	0.446	0.505
ด้านราคา	4.065	0.496	4.030	0.394	9.769	0.002*
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.063	0.577	3.986	0.484	9.341	0.002*
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.080	0.539	4.062	0.439	6.862	0.009*
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขง มีความเหมาะสม	4.028	0.590	3.986	0.513	4.057	0.045*
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	4.091	0.548	4.048	0.497	3.687	0.056
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.063	0.577	4.067	0.504	2.710	0.101
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.323	0.604	3.331	0.539	2.440	0.119
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.119	0.816	3.043	0.808	0.500	0.480
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักผ่อนประเภทออนไลน์	3.063	1.075	3.148	0.934	2.511	0.114

ตาราง 12 (ต่อ)

ความต้องการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมาจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม	2.693	1.213	2.829	1.165	1.485	0.224
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	3.864	0.728	3.819	0.592	4.693	0.031*
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	3.875	0.681	3.819	0.583	2.169	0.142
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.581	0.308	4.541	0.335	2.194	0.139
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.551	0.937	3.386	1.007	0.955	0.329
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.864	0.360	4.852	0.406	0.449	0.503
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว	4.852	0.401	4.829	0.425	1.256	0.263
4. ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	4.807	0.396	4.838	0.394	1.890	0.170
5. ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม	4.830	0.377	4.800	0.435	2.407	0.122
ด้านบุคลากร	3.872	0.443	3.803	0.509	4.909	0.027*
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.722	0.611	3.671	0.596	0.621	0.431
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ	3.886	0.511	3.810	0.555	5.958	0.015*

ตาราง 12 (ต่อ)

ความต้องการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ	3.909	0.527	3.790	0.614	14.811	0.000*
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	3.903	0.531	3.867	0.612	6.435	0.012*
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ	3.938	0.547	3.876	0.598	4.741	0.030*
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.055	0.563	4.085	0.534	0.034	0.855
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.699	0.610	4.586	0.622	4.087	0.044*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินในแหล่งท่องเที่ยว	4.767	0.563	4.810	0.417	4.173	0.042*
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.210	0.972	4.129	0.916	1.203	0.273
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.176	1.125	3.338	1.130	0.044	0.833
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว	3.420	0.929	3.562	0.932	0.107	0.744
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.413	0.414	4.410	0.386	0.924	0.337
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.892	0.329	4.819	0.465	12.897	0.000*
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ	4.778	0.503	4.738	0.589	2.667	0.103

ตาราง 12 (ต่อ)

ความต้องการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว	3.227	1.005	3.276	1.035	0.812	0.368
4. พื้นที่จตุรรมีความเพียงพอต่อการบริการ	4.699	0.713	4.781	0.562	6.299	0.012*
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.466	0.799	4.438	0.724	0.454	0.501

จากตาราง 12 พบว่า เพศชายและหญิงมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

แต่เพศชายและหญิงมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันในด้านราคา และด้านบุคลากร

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งที่เพศชายและหญิงมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน (Sig.= 0.002) ราคาอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม (Sig.= 0.009) ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม (Sig.= 0.045) มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว (Sig.= 0.031) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (Sig.= 0.015) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.012) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุขภาพในการให้บริการ (Sig.= 0.030) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.044) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.042) ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Sig.= 0.000) และพื้นที่จตุรรมีความเพียงพอต่อการบริการ (Sig.= 0.012)

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน



ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ

ความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.4	0.38	4.32	0.38	4.4	0.317	4.38	0.34	4.27	0.511	4.55	0.36	2.640	0.023*
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.755	0.693	3.771	0.777	3.789	0.683	3.771	0.685	4.067	0.583	4.212	0.545	3.120	0.009*
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.735	0.531	4.798	0.467	4.863	0.346	4.829	0.380	4.667	0.547	4.848	0.364	1.328	0.251
3. ความงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	4.816	0.441	4.725	0.488	4.821	0.385	4.843	0.367	4.633	0.669	4.818	0.392	1.521	0.182
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.327	0.658	4.211	0.639	4.284	0.539	4.243	0.624	4.067	0.740	4.485	0.566	1.750	0.122
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.347	0.597	4.073	0.729	4.221	0.605	4.229	0.641	3.933	0.740	4.394	0.659	2.837	0.016*
ด้านราคา	4.229	0.502	4.070	0.382	3.983	0.436	3.971	0.465	4.007	0.500	4.067	0.402	2.620	0.024*
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.224	0.621	3.982	0.561	4.000	0.438	3.957	0.576	4.033	0.490	4.030	0.394	1.828	0.106
2 ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.245	0.522	4.083	0.433	4.021	0.461	4.000	0.538	4.000	0.525	4.121	0.485	1.986	0.080
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.184	0.635	4.028	0.499	3.937	0.542	3.929	0.598	4.000	0.525	4.030	0.467	1.668	0.141
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	4.286	0.540	4.119	0.446	3.958	0.544	3.986	0.551	4.067	0.583	4.061	0.429	3.219	0.007*
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.204	0.539	4.138	0.481	4.000	0.583	3.986	0.551	3.933	0.583	4.091	0.459	2.036	0.073

ตาราง 13 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20–30 ปี		31–40 ปี		41–50 ปี		51–60 ปี		มากกว่า 60 ปี		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ช่องทางการจำหน่าย	3.494	0.676	3.240	0.585	3.282	0.526	3.351	0.519	3.333	0.554	3.442	0.543	1.782	0.116
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.143	0.890	3.138	0.866	2.895	0.627	2.871	0.658	3.333	0.959	3.515	0.906	4.788	0.000*
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์	3.449	1.156	2.862	1.101	3.168	0.794	3.271	0.992	2.933	0.828	3.061	0.933	3.180	0.008*
3. มีการจัดรายการเพื่อกระจายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม	2.694	1.417	2.688	1.230	2.779	1.113	3.000	1.063	2.567	1.165	2.788	1.166	0.845	0.518
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	4.082	0.759	3.752	0.596	3.789	0.600	3.829	0.701	3.900	0.662	3.879	0.696	1.928	0.089
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	4.102	0.770	3.761	0.576	3.779	0.549	3.786	0.700	3.933	0.640	3.970	0.529	2.790	0.017*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.555	0.332	4.508	0.315	4.608	0.313	4.534	0.328	4.500	0.399	4.697	0.235	2.513	0.030*
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.510	0.938	3.349	0.966	3.611	1.045	3.243	0.999	3.433	0.858	3.818	0.808	2.383	0.038*

ตาราง 13 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20–30 ปี		31–40 ปี		41–50 ปี		51–60 ปี		มากกว่า 60 ปี		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยว สืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.837	0.426	4.881	0.326	4.874	0.393	4.829	0.416	4.800	0.484	4.879	0.331	0.371	0.869
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของการท่องเที่ยว	4.796	0.456	4.881	0.326	4.853	0.385	4.814	0.427	4.700	0.702	4.909	0.292	1.267	0.277
4. ต้องการให้มีการโฆษณา แหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	4.796	0.407	4.743	0.439	4.863	0.346	4.871	0.414	4.800	0.407	4.939	0.242	1.963	0.083
5. ต้องการให้มีการจัดโปรแกรม การขายการบริการที่เหมาะสม	4.837	0.373	4.688	0.504	4.842	0.367	4.914	0.329	4.767	0.430	4.939	0.242	3.857	0.002*
ด้านบุคลากร	3.882	0.479	3.695	0.543	3.880	0.390	3.883	0.441	3.813	0.568	4.006	0.417	3.166	0.008*
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมี จำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.694	0.683	3.596	0.640	3.768	0.515	3.671	0.583	3.667	0.661	3.879	0.545	1.524	0.181
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ความสามารถ	3.857	0.500	3.725	0.622	3.874	0.443	3.929	0.461	3.800	0.664	4.000	0.500	2.120	0.062
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.939	0.556	3.651	0.658	3.895	0.449	3.914	0.558	3.833	0.648	4.061	0.496	4.126	0.001*
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.939	0.556	3.743	0.644	3.905	0.507	3.971	0.564	3.900	0.607	4.000	0.500	2.040	0.072



ตาราง 13 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20–30 ปี		31–40 ปี		41–50 ปี		51–60 ปี		มากกว่า 60 ปี		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ	3.980	0.595	3.761	0.607	3.958	0.504	3.929	0.491	3.867	0.730	4.091	0.579	2.467	0.032*
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.988	0.568	4.026	0.551	4.095	0.491	4.166	0.532	3.980	0.659	4.158	0.567	1.167	0.325
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.755	0.480	4.661	0.612	4.558	0.680	4.671	0.607	4.600	0.675	4.576	0.614	0.828	0.531
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	4.837	0.426	4.807	0.440	4.716	0.559	4.829	0.450	4.700	0.702	4.879	0.331	1.064	0.380
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.041	1.060	4.028	0.947	4.421	0.793	4.257	0.863	3.833	1.177	4.182	0.917	2.996	0.011*
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.082	1.152	3.202	1.161	3.242	0.997	3.443	1.163	3.200	1.186	3.485	1.228	0.951	0.448
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว	3.224	1.026	3.431	0.937	3.537	0.810	3.629	0.935	3.567	1.006	3.667	0.990	1.522	0.182
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.514	0.349	4.378	0.352	4.440	0.377	4.377	0.430	4.293	0.495	4.467	0.484	1.674	0.140
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.939	0.242	4.844	0.455	4.884	0.322	4.829	0.450	4.767	0.504	4.788	0.485	1.034	0.397

ตาราง 13 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานมีความเพียงพอ	4.796	0.612	4.752	0.530	4.705	0.563	4.800	0.437	4.733	0.691	4.788	0.600	0.331	0.894
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับ นักท่องเที่ยว	3.245	1.234	3.083	1.020	3.421	1.006	3.157	0.942	3.200	0.847	3.606	0.933	2.081	0.067
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ ต่อการบริการ	4.898	0.306	4.798	0.574	4.789	0.582	4.614	0.786	4.533	0.819	4.667	0.736	2.203	0.053
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.694	0.466	4.413	0.735	4.400	0.735	4.486	0.812	4.233	1.040	4.485	0.795	1.697	0.134

จากตาราง 13 พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

แต่อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งที่อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.009) ให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.016) ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ มีความเหมาะสม (Sig.= 0.007) มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.000) มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์ (Sig.= 0.008) มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า (Sig.= 0.017) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง (Sig.= 0.038) ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม (Sig.= 0.002) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ (Sig.= 0.001) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ (Sig.= 0.032) และมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Sig.= 0.011) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนา**

ตาราง 14 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		4.396	4.316	4.396	4.383	4.273	4.552
ต่ำกว่า 20 ปี	4.396		0.08	0.00013	0.013	0.123	-0.15560
20-30 ปี	4.316			-0.0802	-0.07	0.042	-.23592*
31-40 ปี	4.396				0.013	0.122	-.15573*
41-50 ปี	4.383					0.11	-.16866*
51-60 ปี	4.273						-.27818*
มากกว่า 60 ปี	4.552						

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.755	3.771	3.789	3.771	4.067	4.212
ต่ำกว่า 20 ปี	3.755		-0.0155	-0.0344	-0.0163	-0.3116	-.45702*
20-30 ปี	3.771			-0.0188	-0.0008	-.29602*	-.44148*
31-40 ปี	3.789				0.01805	-0.2772	-.42265*
41-50 ปี	3.771					-0.2952	-.44069*
51-60 ปี	4.067						-0.14545
มากกว่า 60 ปี	4.212						

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 16 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว)**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		4.347	4.073	4.221	4.229	3.933	4.394
ต่ำกว่า 20 ปี	4.347		.27354*	0.126	0.118	.41361*	-0.04700
20-30 ปี	4.073			-0.15	-0.16	0.14	-.32054*
31-40 ปี	4.221				-0.01	.28772*	-0.1729
41-50 ปี	4.229					.29524*	-0.1654
51-60 ปี	3.933						-.46061*
มากกว่า 60 ปี	4.394						

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 17 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า					
		20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.229	4.070	3.983	3.971	4.007	4.067
ต่ำกว่า 20 ปี	4.229		.15885*	.24541*	.25714*	.22190*	0.16190
20-30 ปี	4.070			0.087	0.098	0.063	0.00306
31-40 ปี	3.983				0.012	-0.02	-0.0835
41-50 ปี	3.971					-0.04	-0.0952
51-60 ปี	4.007						-0.06000
มากกว่า 60 ปี	4.067						

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านราคาในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า					
		20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.286	4.119	3.958	3.986	4.067	4.061
ต่ำกว่า 20 ปี	4.286		0.16645	.32782*	.30000*	0.21905	0.22511
20-30 ปี	4.119			.16137*	0.13355	0.0526	0.05866
31-40 ปี	3.958				-0.0278	-0.1088	-0.1027
41-50 ปี	3.986					-0.081	-0.0749
51-60 ปี	4.067						0.00606
มากกว่า 60 ปี	4.061						

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.143	3.138	2.895	2.871	3.333	3.515
ต่ำกว่า 20 ปี	3.143		0.00524	0.24812	0.27143	-0.1905	-.37229*
20-30 ปี	3.138			.24288*	.26619*	-0.1957	-.37754*
31-40 ปี	2.895				0.02331	-.43860*	-.62041*
41-50 ปี	2.871					-.46190*	-.64372*
51-60 ปี	3.333						-0.18182
มากกว่า 60 ปี	3.515						

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี, 20-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี, 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 20 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.449	2.862	3.168	3.271	2.933	3.061
ต่ำกว่า 20 ปี	3.449		.58659*	0.281	0.178	.51565*	0.38837
20-30 ปี	2.862			-.30604*	-.40904*	-0.07	-0.1982
31-40 ปี	3.168				-0.1	0.235	0.10781
41-50 ปี	3.271					0.338	0.21082
51-60 ปี	2.933						-0.12727
มากกว่า 60 ปี	3.061						

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์ สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์ ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า					
		20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.102	3.761	3.779	3.786	3.933	3.970
ต่ำกว่า 20 ปี	4.102		.34057*	.32309*	.31633*	0.169	0.13234
20-30 ปี	3.761			-0.02	-0.02	-0.17	-0.2082
31-40 ปี	3.779				-0.01	-0.15	-0.1907
41-50 ปี	3.786					-0.15	-0.18398
51-60 ปี	3.933						-0.03636
มากกว่า 60 ปี	3.970						

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาด

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า					
		20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.555	4.508	4.608	4.534	4.500	4.697
ต่ำกว่า 20 ปี	4.555		0.047	-0.05	0.021	0.055	-.14187*
20-30 ปี	4.508			-.10016*	-0.03	0.008	-.18871*
31-40 ปี	4.608				0.074	0.108	-0.09
41-50 ปี	4.534					0.034	-.16268*
51-60 ปี	4.500						-.19697*
มากกว่า 60 ปี	4.697						

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาด สูงกว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี, 20-30 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาด สูงกว่า ผู้ที่มีระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 23 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม (ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง)**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.510	3.349	3.611	3.243	3.433	3.818
ต่ำกว่า 20 ปี	3.510		0.162	-0.1	0.267	0.077	-0.30798
20-30 ปี	3.349			-0.26	0.106	-0.08	-.46956*
31-40 ปี	3.611				.36767*	0.177	-0.20766
41-50 ปี	3.243					-0.19	-.57532*
51-60 ปี	3.433						-0.38485
มากกว่า 60 ปี	3.818						

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาดในประเด็น มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาดในประเด็น มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม

จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีระหว่าง 41-50 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาดในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 24 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม)**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		4.837	4.688	4.842	4.914	4.767	4.939
ต่ำกว่า 20 ปี	4.837		.14866*	-0.01	-0.08	0.07	-0.10266
20-30 ปี	4.688			-.15403*	-.22621*	-0.08	-.25132*
31-40 ปี	4.842				-0.07	0.075	-0.0973
41-50 ปี	4.914					0.148	-0.02511
51-60 ปี	4.767						-0.17273
มากกว่า 60 ปี	4.939						

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาดในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมตลาดในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี, 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.882	3.695	3.880	3.883	3.813	4.006
ต่ำกว่า 20 ปี	3.882		.18622*	0.002	-0	0.068	-0.12443
20-30 ปี	3.695			-.18459*	-.18744*	-0.12	-.31065*
31-40 ปี	3.880				-0	0.067	-0.12606
41-50 ปี	3.883					0.07	-0.12320
51-60 ปี	3.813						-0.19273
มากกว่า 60 ปี	4.006						

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี, 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากร  
ในประเด็น บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.939	3.651	3.895	3.914	3.833	4.061
ต่ำกว่า 20 ปี	3.939		.28740*	0.04404	0.02449	0.10544	-0.12183
20-30 ปี	3.651			-.24336*	-.26291*	-0.18196	-.40923*
31-40 ปี	3.895				-0.01955	0.0614	-0.16587
41-50 ปี	3.914					0.08095	-0.14632
51-60 ปี	3.833						-0.22727
มากกว่า 60 ปี	4.061						

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี, 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 27 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ)**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		20 ปี					
		3.980	3.761	3.958	3.929	3.867	4.091
ต่ำกว่า 20 ปี	3.980		.21812*	0.022	0.051	0.113	-0.11132
20-30 ปี	3.761			-.19643*	-0.17	-0.11	-.32944*
31-40 ปี	3.958				0.029	0.091	-0.133
41-50 ปี	3.929					0.062	-0.16234
51-60 ปี	3.867						-0.22424
มากกว่า 60 ปี	4.091						

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็น

บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 28 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการในประเด็นมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว)**

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า					
		20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
		4.041	4.028	4.421	4.257	3.833	4.182
ต่ำกว่า 20 ปี	4.041		0.013	-0.38024*	-0.22	0.207	-0.14100
20-30 ปี	4.028			-0.39353*	-0.23	0.194	-0.1543
31-40 ปี	4.421				0.164	.58772*	0.239234
41-50 ปี	4.257					.42381*	0.07532
51-60 ปี	3.833						-0.34848
มากกว่า 60 ปี	4.182						

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการในประเด็นมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการในประเด็นมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการในประเด็นมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการในประเด็น

มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3 สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน**

**ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพการสมรส**

ความต้องการ	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.342	0.398	4.410	0.337	4.489	0.318	1.983	0.139
1. ความหลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	3.771	0.729	3.880	0.666	4.444	0.527	4.646	0.010*
2. ความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจของสถานที่ ท่องเที่ยว	4.800	0.435	4.814	0.434	4.778	0.441	0.070	0.933
3. ความงดงามตาม ธรรมชาติของสถานที่ ท่องเที่ยว	4.757	0.482	4.814	0.405	4.778	0.441	0.754	0.471
4. ให้คุณค่าทาง ศิลปวัฒนธรรม	4.238	0.664	4.287	0.571	4.333	0.500	0.353	0.702
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของ นักท่องเที่ยว	4.143	0.711	4.251	0.618	4.111	0.601	1.285	0.278
ด้านราคา	4.073	0.453	4.006	0.439	4.133	0.200	1.257	0.286
1. อัตราค่าบริการแสดง ชัดเจน	4.052	0.547	3.982	0.520	4.000	0.000	0.828	0.438
2. ราคาอาหารและ เครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.090	0.486	4.042	0.495	4.111	0.333	0.495	0.610
3. ราคาที่นั่งเรือชมวิถีชีวิต ริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.038	0.569	3.958	0.530	4.111	0.333	1.161	0.314



ตาราง 29 (ต่อ)

ความต้องการ	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	4.095	0.545	4.018	0.484	4.333	0.500	2.244	0.107
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.090	0.559	4.030	0.508	4.111	0.601	0.622	0.537
ด้านการจัดการจำหน่าย	3.309	0.614	3.349	0.501	3.378	0.703	0.264	0.768
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.057	0.816	3.078	0.776	3.556	1.236	1.632	0.197
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักผ่อนประเภทออนไลน์	3.095	1.090	3.132	0.902	3.000	0.500	0.116	0.891
3. มีการจัดรายการเพื่อแนะนำแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม	2.719	1.276	2.826	1.075	2.778	1.093	0.379	0.685
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	3.833	0.646	3.856	0.661	3.667	0.866	0.374	0.688
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	3.838	0.643	3.850	0.607	3.889	0.782	0.040	0.961
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.539	0.337	4.592	0.300	4.422	0.393	2.065	0.128
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.462	0.993	3.467	0.968	3.333	0.866	0.080	0.923

ตาราง 29 (ต่อ)

ความต้องการ	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยว สืบค้นหาข้อมูลได้อย่าง สะดวก	4.852	0.382	4.874	0.367	4.667	0.707	1.282	0.279
3. มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของการท่องเที่ยว	4.814	0.447	4.880	0.344	4.667	0.707	1.991	0.138
4. ต้องการให้มีการโฆษณา แหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น	4.786	0.411	4.874	0.367	4.778	0.441	2.419	0.090
5. ต้องการให้มีการจัด โปรแกรมการขายการ บริการที่เหมาะสม	4.781	0.426	4.862	0.379	4.667	0.500	2.444	0.088
ด้านบุคลากร	3.798	0.517	3.885	0.432	3.733	0.436	1.729	0.179
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยว มีจำนวนพอเพียงต่อการ บริการ	3.676	0.641	3.731	0.554	3.444	0.527	1.170	0.311
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ	3.790	0.574	3.910	0.489	3.889	0.333	2.367	0.095
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจใน การให้บริการ	3.786	0.608	3.916	0.531	3.889	0.601	2.413	0.091
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.852	0.605	3.928	0.533	3.778	0.667	0.959	0.384
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและ สุภาพในการให้บริการ	3.886	0.608	3.940	0.523	3.667	0.707	1.202	0.302

ตาราง 29 (ต่อ)

ความต้องการ	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.067	0.552	4.078	0.531	4.044	0.747	0.030	0.970
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.681	0.560	4.629	0.616	3.778	1.202	9.648	0.000*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์ บอกเส้นทางเดินใน แหล่งท่องเที่ยว	4.790	0.483	4.808	0.452	4.444	1.014	2.384	0.094
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการ บริการข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว	4.176	0.929	4.150	0.967	4.222	0.833	0.053	0.948
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.224	1.142	3.281	1.113	3.889	1.054	1.535	0.217
5. มีจุดพักผ่อนระหว่าง การท่องเที่ยว	3.462	0.949	3.521	0.917	3.889	0.782	0.999	0.369
ด้านองค์ประกอบทาง กายภาพ	4.448	0.333	4.366	0.462	4.400	0.500	1.939	0.145
1. ลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	4.857	0.413	4.850	0.405	4.778	0.441	0.165	0.848
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานมีความเพียงพอ	4.767	0.506	4.760	0.562	4.444	1.130	1.484	0.228
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับ นักท่องเที่ยว	3.257	1.072	3.228	0.961	3.667	0.866	0.792	0.454
4. พื้นที่จอดรถมีความ เพียงพอต่อการบริการ	4.843	0.468	4.617	0.790	4.778	0.441	6.050	0.003*
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.514	0.651	4.377	0.875	4.333	0.707	1.634	0.197

จากตาราง 29 พบว่า สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งที่สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกัน คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.010) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.000) และพื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ (Sig.= 0.003) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 30 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว)

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
		3.771	3.880	4.444
โสด	3.771		-0.11	-.67302*
สมรส	3.880			-.56420*
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	4.444			

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็น ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส โสด และสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี  
(ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็น มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว  
ในแหล่งท่องเที่ยว)

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
		4.681	4.629	3.778
โสด	4.681		0.052209866	.90317*
สมรส	4.629			.85096*
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.778			

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีระดับความ  
ต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัด  
อุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว  
ในแหล่งท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส โสด และสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับ 0.05

ตาราง 32 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี  
(ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นพื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ  
ต่อการบริการ)

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
		4.843	4.617	4.778
โสด	4.843		.22609*	0.06508
สมรส	4.617			-0.16101
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	4.778			

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส โสด มีระดับความต้องการปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็น พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ สูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส สมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### สมมติฐานที่ 2.4 การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ความต้องการ	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี		สูงกว่า		F	sig.
	ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.353	0.417	4.368	0.327	4.509	0.374	2.579	0.077
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.742	0.748	3.870	0.646	4.057	0.765	3.391	0.035*
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.811	0.438	4.797	0.441	4.829	0.382	0.101	0.904
3. ความคงตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	4.799	0.461	4.766	0.449	4.800	0.406	0.265	0.767
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.252	0.693	4.234	0.563	4.457	0.561	1.949	0.144
5. ให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.164	0.737	4.172	0.620	4.400	0.604	1.918	0.148
ด้านราคา	4.109	0.448	3.970	0.439	4.171	0.376	6.024	0.003*
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.075	0.534	3.964	0.535	4.086	0.445	2.250	0.107
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.126	0.487	4.016	0.496	4.114	0.404	2.407	0.091
3. ราคาที่นั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.057	0.587	3.927	0.517	4.200	0.473	4.945	0.008*
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	4.170	0.530	3.943	0.482	4.286	0.519	12.361	0.000*

ตาราง 33 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี		สูงกว่า		F	sig.
	ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.119	0.532	4.000	0.532	4.171	0.568	2.932	0.054
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.283	0.636	3.331	0.513	3.509	0.519	2.276	0.104
1. มีการให้บริการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.069	0.820	3.083	0.801	3.086	0.853	0.015	0.985
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักผ่อนประเภทออนไลน์	3.019	1.172	3.130	0.868	3.400	0.775	2.182	0.114
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม	2.616	1.267	2.833	1.132	3.086	1.040	2.867	0.058
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	3.849	0.686	3.807	0.613	3.971	0.747	0.954	0.386
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	3.862	0.641	3.802	0.590	4.000	0.767	1.566	0.210
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.512	0.329	4.611	0.306	4.486	0.354	5.218	0.006*
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.371	0.965	3.589	0.988	3.171	0.891	3.900	0.021*
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.855	0.370	4.870	0.381	4.800	0.473	0.489	0.614
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว	4.805	0.457	4.875	0.362	4.800	0.473	1.418	0.243

ตาราง 33 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี		สูงกว่า		F	sig.
	ปริญญาตรี				ปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
4. ต้องการให้มีการโฆษณา แหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น	4.761	0.442	4.870	0.353	4.857	0.355	3.482	0.032*
5. ต้องการให้มีการจัด โปรแกรมการขายการบริการ ที่เหมาะสม	4.767	0.439	4.854	0.382	4.800	0.406	1.988	0.138
ด้านบุคลากร	3.736	0.546	3.901	0.413	3.914	0.443	5.804	0.003*
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยว มีจำนวนพอเพียงต่อการ บริการ	3.604	0.666	3.740	0.546	3.857	0.550	3.661	0.027*
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ	3.717	0.628	3.938	0.430	3.914	0.507	7.960	0.000*
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจใน การให้บริการ	3.717	0.648	3.932	0.502	3.943	0.539	6.786	0.001*
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.799	0.634	3.943	0.524	3.943	0.539	2.951	0.053
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและ สุภาพในการให้บริการ	3.843	0.632	3.953	0.525	3.914	0.562	1.611	0.201
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.992	0.562	4.122	0.510	4.149	0.637	2.852	0.059
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.660	0.604	4.630	0.582	4.571	0.850	0.321	0.726
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางการเดินในแหล่ง ท่องเที่ยว	4.755	0.512	4.839	0.422	4.686	0.676	2.170	0.116



ตาราง 33 (ต่อ)

ความต้องการ	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี		สูงกว่า		F	sig.
	ปริญญาตรี				ปริญญาตรี			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.057	1.002	4.245	0.908	4.229	0.808	1.830	0.162
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.107	1.140	3.344	1.105	3.543	1.146	3.118	0.045*
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว	3.384	0.940	3.552	0.902	3.714	1.017	2.481	0.085
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.434	0.337	4.403	0.443	4.354	0.403	0.654	0.521
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.868	0.407	4.854	0.409	4.771	0.426	0.799	0.450
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ	4.792	0.517	4.724	0.562	4.771	0.646	0.684	0.505
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว	3.151	1.057	3.411	0.999	2.857	0.810	5.886	0.003*
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ	4.855	0.462	4.641	0.746	4.800	0.584	5.225	0.006*
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.503	0.645	4.385	0.836	4.571	0.778	1.538	0.216

จากตาราง 33 พบว่า การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

แต่การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า สิ่ง que การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.035) ราคา ค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม (Sig.= 0.008) ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ มีความเหมาะสม (Sig.= 0.000) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยว เชียงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง (Sig.= 0.021) ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (Sig.= 0.032) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ (Sig.= 0.027) บุคลากรหรือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีความเต็มใจในการให้บริการ (Sig.= 0.001) มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.045) มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.003) และพื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ ต่อการบริการ (Sig.= 0.006) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้อง เปรียบเทียบเป็นรายคู่

**ตาราง 34 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.742	3.870	4.057
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.742		-0.13	-.31500*
ปริญญาตรี	3.870			-0.19
สูงกว่าปริญญาตรี	4.057			

จากตาราง 34 พบว่า การศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว ต่ำกว่าการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.109	3.970	4.171
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.109		.13964*	-0.06199
ปริญญาตรี	3.970			-.20164*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.171			

จากตาราง 35 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา สูงกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา ต่ำกว่า การศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านราคา  
ในประเด็นราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม)

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.057	3.927	4.200
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.057		.12952*	-0.14340
ปริญญาตรี	3.927			-.27292*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.200			

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม สูงกว่าที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา

ในประเด็นราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม ต่ำกว่า ผู้สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 37 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านราคา ในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.170	3.943	4.286
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.170		.22710*	-0.11590
ปริญญาตรี	3.943			-.34301*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.286			

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัด อุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม สูงกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา ในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ต่ำกว่า การผู้ที่สำเร็จการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 38 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการ ส่งเสริมการตลาด**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.512	4.611	4.486
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.512		-.09951*	0.02624
ปริญญาตรี	4.611			.12574*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.486			

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด สูงกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 39 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.371	3.589	3.171
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.371		-21747*	0.19964
ปริญญาตรี	3.589			.41711*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.171			

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง สูงกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น)

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.761	4.870	4.857
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.761		-1.10879*	-0.09614
ปริญญาตรี	4.870			0.01264
สูงกว่าปริญญาตรี	4.857			

จากตาราง 40 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.736	3.901	3.914
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.736		-0.16519*	-0.17844*
ปริญญาตรี	3.901			-0.01324
สูงกว่าปริญญาตรี	3.914			

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี และผู้ที่สำเร็จการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ)

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.604	3.740	3.857
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.604		-.13581*	-.25337*
ปริญญาตรี	3.740			-0.11755
สูงกว่าปริญญาตรี	3.857			

จากตาราง 42 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ)

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.717	3.938	3.914
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.717		-.22052*	-.19730*
ปริญญาตรี	3.938			0.02321
สูงกว่าปริญญาตรี	3.914			

จากตาราง 43 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้

ความสามารถ ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี และผู้ที่สำเร็จการศึกษา สูงกว่า ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.717	3.932	3.943
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.717		-0.21531*	-0.22588*
ปริญญาตรี	3.932			-0.01056
สูงกว่าปริญญาตรี	3.943			

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัด อุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการ ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 45 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็น มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.107	3.344	3.543
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.107		-0.23683*	-0.43594*
ปริญญาตรี	3.344			-0.19910
สูงกว่าปริญญาตรี	3.543			



จากตาราง 45 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 46 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นมีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว)**

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.151	3.411	2.857
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.151		-.26051*	0.29380
ปริญญาตรี	3.411			.55432*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.857			

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นมีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นมีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว สูงกว่าการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี  
(ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอ  
ต่อการบริการ)

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.855	4.641	4.800
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.855		.21472*	0.05535
ปริญญาตรี	4.641			-0.159375
สูงกว่าปริญญาตรี	4.800			

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอต่อการบริการ สูงกว่า ผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน**

ตาราง 48 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.418	0.384	4.421	0.310	4.356	0.383	4.213	0.418	4.396	0.352	4.480		
1. ความหลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	3.881	0.686	3.895	0.619	3.927	0.721	3.430	0.728	3.959	0.676	4.111	0.647	7.883	0.000*
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.776	0.487	4.838	0.441	4.707	0.461	4.823	0.416	4.837	0.373	4.800	0.405	0.675	0.643
3. ความงามตามธรรมชาติ ของสถานที่ท่องเที่ยว	4.776	0.455	4.781	0.460	4.683	0.471	4.810	0.482	4.816	0.391	4.800	0.405	0.531	0.753
4. ให้คุณค่าทาง ศิลปวัฒนธรรม	4.328	0.613	4.324	0.528	4.268	0.633	4.051	0.677	4.204	0.676	4.444	0.586	3.137	0.009*
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และ การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.328	0.587	4.267	0.609	4.195	0.641	3.949	0.714	4.163	0.717	4.244	0.743	3.031	0.011*
ด้านราคา	4.119	0.525	3.954	0.450	4.010	0.355	4.101	0.425	4.078	0.441	4.049	0.379	1.631	0.151
1. อัตราค่าบริการแสดง ชัดเจน	4.104	0.606	3.933	0.542	4.000	0.447	4.038	0.492	4.122	0.526	3.978	0.499	1.365	0.237
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	4.119	0.537	3.981	0.480	4.024	0.353	4.139	0.525	4.102	0.467	4.089	0.468	1.295	0.265

ตาราง 48 (ต่อ)

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิต ริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.104	0.606	3.933	0.524	3.976	0.474	4.013	0.566	3.980	0.595	4.067		
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้า พื้นที่มีความเหมาะสม	4.164	0.567	3.952	0.526	4.049	0.498	4.114	0.554	4.102	0.467	4.089	0.417	1.700	0.134
5. ราคาสินค้าและบริการ ไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.104	0.554	3.971	0.563	4.000	0.500	4.203	0.540	4.082	0.534	4.022	0.452	1.951	0.085
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.501	0.584	3.328	0.480	3.312	0.605	3.319	0.502	2.951	0.664	3.507	0.530	6.940	0.000*
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรม การขายการบริการที่ เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.179	0.833	3.029	0.713	3.171	0.834	2.924	0.764	2.857	0.816	3.467	0.919	3.891	0.002*
2. มีความสะดวกในการจอง สถานที่พักรมประเภท ออนไลน์	3.493	1.092	3.095	0.883	3.024	0.935	3.190	0.769	2.469	1.260	3.200	0.919	6.672	0.000*
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมา จ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตร เข้าชม	2.642	1.334	2.962	1.091	2.707	1.209	2.899	1.081	2.163	1.179	2.978	1.158	3.886	0.002*

ตาราง 48 (ต่อ)

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
4. มีความรวดเร็วในการซื้อ บริการการท่องเที่ยว	4.090	0.645	3.781	0.588	3.805	0.715	3.797	0.648	3.653	0.751	3.911	0.596	3.182	0.008*
5. มีการแยกประเภทร้านค้า ในการจำหน่ายสินค้า	4.104	0.654	3.771	0.576	3.854	0.691	3.785	0.592	3.612	0.731	3.978	0.452	4.658	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.579	0.317	4.589	0.321	4.541	0.367	4.504	0.318	4.506	0.311	4.631	0.310	1.429	0.213
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอ โขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.627	0.918	3.429	1.036	3.512	0.898	3.203	0.952	3.224	0.963	3.956	0.852	4.621	0.000*
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยว สืบค้นหาข้อมูลได้อย่าง สะดวก	4.881	0.370	4.886	0.375	4.780	0.475	4.848	0.395	4.878	0.331	4.822	0.387	0.597	0.703
3. มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของการท่องเที่ยว	4.836	0.412	4.876	0.359	4.805	0.459	4.810	0.508	4.857	0.354	4.822	0.387	0.333	0.893
4. ต้องการให้มีการโฆษณา แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	4.761	0.430	4.886	0.348	4.829	0.381	4.823	0.416	4.796	0.407	4.800	0.405	0.936	0.458

ตาราง 48 (ต่อ)

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
5. ต้องการให้มีการจัด โปรแกรมการขายการบริการ ที่เหมาะสม	4.791	0.410	4.867	0.394	4.780	0.419	4.835	0.373	4.776	0.422	4.756	0.484	0.755	0.583
ด้านบุคลากร	3.931	0.549	3.888	0.372	3.971	0.468	3.615	0.520	3.682	0.443	3.991	0.420	7.227	0.000*
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมี จำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.806	0.701	3.743	0.519	3.878	0.600	3.392	0.587	3.551	0.503	3.933	0.539	7.946	0.000*
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ	3.910	0.596	3.914	0.370	4.049	0.545	3.620	0.626	3.673	0.474	3.978	0.499	6.499	0.000*
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.970	0.602	3.914	0.502	3.976	0.570	3.620	0.626	3.633	0.528	4.000	0.522	6.082	0.000*
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.985	0.615	3.952	0.507	4.000	0.500	3.684	0.671	3.755	0.522	3.956	0.520	3.710	0.003*

ตาราง 48 (ต่อ)

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและสุภาพ ในการให้บริการ	3.985	0.615	3.914	0.502	3.951	0.545	3.759	0.625	3.796	0.577	4.089	0.557	2.656	0.022*
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.988	0.528	4.173	0.526	4.127	0.509	4.043	0.484	3.873	0.595	4.169	0.642	2.803	0.017*
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.746	0.503	4.695	0.557	4.707	0.559	4.608	0.564	4.408	0.911	4.578	0.621	2.205	0.053
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางเดินในแหล่ง ท่องเที่ยว	4.836	0.412	4.867	0.369	4.805	0.459	4.772	0.554	4.592	0.643	4.778	0.517	2.318	0.043*
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการ บริการข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว	3.940	1.013	4.295	0.876	4.244	0.860	4.278	0.891	3.939	1.049	4.178	0.960	2.046	0.071
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.149	1.132	3.390	1.096	3.317	1.213	3.165	1.018	3.020	1.108	3.533	1.290	1.520	0.182
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการ ท่องเที่ยว	3.269	1.067	3.619	0.944	3.561	0.867	3.392	0.823	3.408	0.788	3.778	0.997	2.348	0.041*

ตาราง 48 (ต่อ)

ความต้องการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		F	sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	ด้านองค์ประกอบทาง กายภาพ	4.490	0.350	4.455	0.423	4.346	0.382	4.344	0.397	4.380	0.368	4.404		
1. ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	4.940	0.239	4.857	0.403	4.829	0.442	4.797	0.490	4.857	0.408	4.822	0.442	0.980	0.430
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานมีความเพียงพอ	4.851	0.530	4.771	0.505	4.683	0.650	4.696	0.607	4.796	0.407	4.711	0.626	0.851	0.514
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับ นักท่องเที่ยว	3.224	1.098	3.419	0.998	3.073	0.848	3.127	1.191	3.102	0.872	3.467	0.869	1.687	0.137
4. พื้นที่จอดรถมีความ เพียงพอต่อการบริการ	4.821	0.490	4.733	0.654	4.756	0.489	4.772	0.659	4.714	0.707	4.622	0.777	0.584	0.712
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	4.612	0.576	4.495	0.810	4.390	0.737	4.329	0.746	4.429	0.791	4.400	0.863	1.187	0.315



จากตาราง 48 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

แต่อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งที่อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.000) ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม (Sig.= 0.009) ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.011) มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.002) มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์ (Sig.= 0.000) มีการจัดรายการเพื่อมาจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม (Sig.= 0.002) มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว (Sig.= 0.008) มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า (Sig.= 0.000) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ (Sig.= 0.000) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว (Sig.= 0.003) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ (Sig.= 0.022) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.043) และมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว (Sig.= 0.041) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 49 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.418	4.421	4.356	4.213	4.396	4.480
นักเรียน/นักศึกษา	4.418		-0.00304	0.06181	.20525*	0.02199	-0.06209
ข้าราชการ	4.421			0.06485	.20829*	0.02503	-0.05905
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.356				.14344*	-0.03982	-0.12390
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.213					-.18326*	-.26734*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.396						-0.08408
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.480						

จากตาราง 49 พบว่า อาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต่ำกว่า อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต่ำกว่า อาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สูงกว่า อาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 50 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.881	3.895	3.927	3.430	3.959	4.111
นักเรียน/นักศึกษา	3.881		-0.01464	-0.04623	.45022*	-0.07859	-0.23051
ข้าราชการ	3.895			-0.03159	.46486*	-0.06395	-0.21587
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.927				.49645*	-0.03235	-0.18428
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.430					-.52880*	-.68073*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.959						-0.15193
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.111						

จากตาราง 50 พบว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่านักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 51 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.328	4.324	4.268	4.051	4.204	4.444
นักเรียน/นักศึกษา	4.328		0.00455	0.06007	.27773*	0.12428	-0.11609
ข้าราชการ	4.324			0.05552	.27318*	0.11973	-0.12063
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.268				0.21766	0.06421	-0.17615
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.051					-0.15345	-.39381*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.204						-0.24036
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.444						

จากตาราง 51 พบว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 52 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นให้คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.328	4.324	4.268	4.051	4.204	4.444
นักเรียน/นักศึกษา	4.328		0.00455	0.06007	.27773*	0.12428	-0.11609
ข้าราชการ	4.324			0.05552	.27318*	0.11973	-0.12063
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.268				0.21766	0.06421	-0.17615
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.051					-0.15345	-.39381*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.204						-0.24036
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.444						



จากตาราง 52 พบว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในประเด็นให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 53 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.501	3.328	3.312	3.319	2.951	3.507
นักเรียน/นักศึกษา	3.501		.17387*	0.18930	.18251*	.55047*	-0.00517
ข้าราชการ	3.328			0.01542	0.00863	.37660*	-0.17905
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.312				-0.00679	.36117*	-0.19447
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.319					.36797*	-0.18768
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.951						-.55565*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.507						

จากตาราง 53 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย สูงกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ต่ำกว่า อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักเรียน/นักศึกษามีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย สูงกว่า ข้าราชการ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 54 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.179	3.029	3.171	2.924	2.857	3.467
นักเรียน/นักศึกษา	3.179		0.15053	0.00837	0.25505	.32196*	-0.28756
ข้าราชการ	3.029			-0.14216	0.10452	0.17143	-.43810*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.171				0.24668	0.31359	-0.29593
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	2.924					0.06691	-.54262*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.857						-.60952*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.467						

จากตาราง 54 พบว่า อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า อาชีพข้าราชการ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



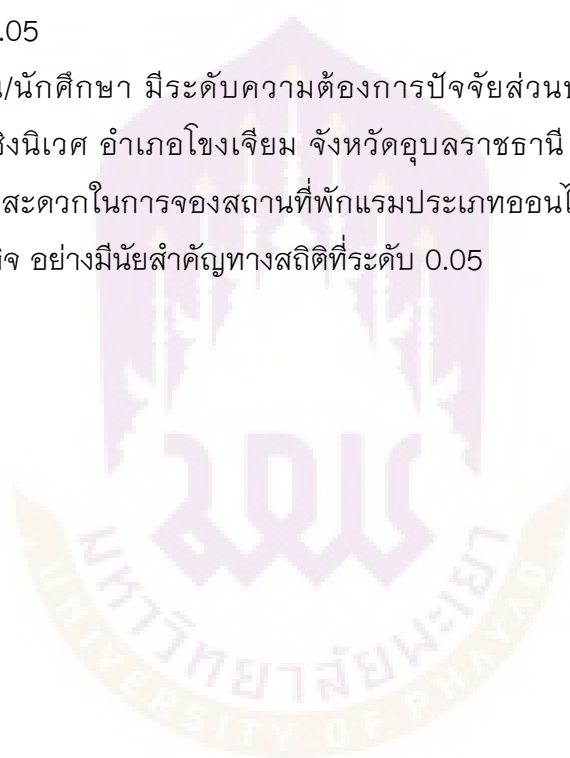
ตาราง 55 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีความสะดวกในการจองสถานที่พักรแรมประเภทออนไลน์)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.493	3.095	3.024	3.190	2.469	3.200
นักเรียน/นักศึกษา	3.493		.39730*	.46815*	0.30266	1.02315*	0.29254
ข้าราชการ	3.095			0.07085	-0.09464	.62585*	-0.10476
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.024				-0.16548	.55500*	-0.17561
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.190					.72049*	-0.01013
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.469						-.73061*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.200						

จากตาราง 55 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีความสะดวกในการจองสถานที่พักรแรมประเภทออนไลน์ สูงกว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีความสะดวกในการจองสถานที่พักรแรมประเภทออนไลน์ ต่ำกว่า อาชีพพนักงาน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีความสะดวกในการจองสถานที่พักรแรมประเภทออนไลน์ สูงกว่า ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 56 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		2.642	2.962	2.707	2.899	2.163	2.978
นักเรียน/นักศึกษา	2.642		-0.32011	-0.06553	-0.25694	.47853*	-0.33599
ข้าราชการ	2.962			0.25459	0.06317	.79864*	-0.01587
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.707				-0.19142	.54405*	-0.27046
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	2.899					.73547*	-0.07904
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.163						-.81451*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.978						



จากตาราง 56 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม สูงกว่าธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม ต่ำกว่าอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 57 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.090	3.781	3.805	3.797	3.653	3.911
นักเรียน/นักศึกษา	4.090		.30860*	.28467*	.29208*	.43649*	0.17844
ข้าราชการ	3.781			-0.02393	-0.01652	0.12789	-0.13016
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.805				0.00741	0.15182	-0.10623
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.797					0.14441	-0.11364
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.653						-0.25805
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.911						

จากตาราง 57 พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเทศ มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว สูงกว่า อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 58 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.104	3.771	3.854	3.785	3.612	3.978
นักเรียน/นักศึกษา	4.104		.33305*	.25082*	.31967*	.49223*	0.12670
ข้าราชการ	3.771			-0.08223	-0.01338	0.15918	-0.20635
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.854				0.06885	0.24141	-0.12412
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.785					0.17257	-0.19297
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.612						-.36553*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.978						

จากตาราง 58 พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า สูงกว่า อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า ต่ำกว่า อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 59 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อย่างชัดเจนตลอดทาง)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.627	3.429	3.512	3.203	3.224	3.956
นักเรียน/นักศึกษา	3.627		0.19829	0.11467	.42433*	.40238*	-0.32869
ข้าราชการ	3.429			-0.08362	0.22604	0.20408	-.52698*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.512				0.30966	0.28771	-.44336*
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.203					-0.02196	-.75302*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.224						-.73107*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.956						

จากตาราง 59 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีอย่างชัดเจนตลอดทาง สูงกว่า อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 60 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.931	3.888	3.971	3.615	3.682	3.991
นักเรียน/นักศึกษา	3.931		0.04372	-0.03939	.31615*	.24971*	-0.05977
ข้าราชการ	3.888			-0.08311	.27243*	.20599*	-0.10349
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.971				.35554*	.28910*	-0.02038
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.615					-0.06644	-.37592*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.682						-.30948*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.991						



จากตาราง 60 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร สูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 61 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.806	3.743	3.878	3.392	3.551	3.933
นักเรียน/นักศึกษา	3.806		0.06311	-0.07208	.41357*	.25495*	-0.12736
ข้าราชการ	3.743			-0.13519	.35045*	0.19184	-0.19048
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.878				.48564*	.32703*	-0.05528
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.392					-0.15862	-.54093*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.551						-.38231*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.933						

จากตาราง 61 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการสูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ ต่ำกว่านักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ ต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 62 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.910	3.914	4.049	3.620	3.673	3.978
นักเรียน/นักศึกษา	3.910		-0.00384	-0.13833	.29019*	.23698*	-0.06733
ข้าราชการ	3.914			-0.13449	.29403*	.24082*	-0.06349
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.049				.42853*	.37531*	0.07100
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.620					-0.05322	-.35752*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.673						-.30431*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.978						

จากตาราง 62 พบว่า อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ สูงกว่า อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ต่ำกว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 63 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.970	3.914	3.976	3.620	3.633	4.000
นักเรียน/นักศึกษา	3.970		0.05586	-0.00546	.34990*	.33750*	-0.02985
ข้าราชการ	3.914			-0.06132	.29403*	.28163*	-0.08571
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.976				.35536*	.34296*	-0.02439
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.620					0.01240	-.37975*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.633						.36735*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.000						

จากตาราง 63 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ สูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 64 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็น บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.985	3.952	4.000	3.684	3.755	3.956
นักเรียน/นักศึกษา	3.985		0.03269	-0.01493	.30153*	.22997*	0.02952
ข้าราชการ	3.952			-0.04762	.26884*	.19728*	-0.00317
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.000				.31646*	.24490*	0.04444
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.684					-0.07156	-.27201*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.755						-0.20045
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.956						



จากตาราง 64 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว สูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 65 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.985	3.914	3.951	3.759	3.796	4.089
นักเรียน/นักศึกษา	3.985		0.07079	0.03386	.22558*	0.18916	-0.10381
ข้าราชการ	3.914			-0.03693	0.15479	0.11837	-0.17460
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.951				0.19173	0.15530	-0.13767
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.759					-0.03642	-.32940*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.796						-.29297*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.089						

จากตาราง 65 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ สูงกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากร ในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 66 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.988	4.173	4.127	4.043	3.873	4.169
นักเรียน/นักศึกษา	3.988		-0.18527*	-0.13877	-0.05498	0.11459	-0.18083
ข้าราชการ	4.173			0.04650	0.13030	.29986*	0.00444
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.127				0.08379	.25336*	-0.04206
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.043					0.16957	-0.12585
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.873						-.29542*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.169						

จากตาราง 66 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ต่ำกว่า ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้าราชการ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 67 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		4.836	4.867	4.805	4.772	4.592	4.778
นักเรียน/นักศึกษา	4.836		-0.03085	0.03094	0.06367	.24398*	0.05804
ข้าราชการ	4.867			0.06179	0.09451	.27483*	0.08889
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.805				0.03273	.21304*	0.02710
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.772					.18032*	-0.00563
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.592						-0.18594
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.778						

จากตาราง 67 พบว่า ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 68 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.269	3.619	3.561	3.392	3.408	3.778
นักเรียน/นักศึกษา	3.269		-	-0.29232	-0.12375	-0.13951	-.50912*
ข้าราชการ	3.619	.35039*		0.05807	0.22664	0.21088	-0.15873
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.561				0.16857	0.15281	-0.21680
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.392					-0.01576	-.38537*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.408						-0.36961
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.778						



จากตาราง 68 พบว่า พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว สูงกว่า นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชำราชาการ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็น มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน**



ตาราง 69 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการ	ไม่เกิน 15,000		15,001–20,000		20,001–		25,001–		30,001–		35,001–		มากกว่า		F	sig.
	บาท		บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท		40,000 บาท			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.383	0.380	4.291	0.352	4.343	0.322	4.366	0.474	4.415	0.323	4.483	0.358	4.320	0.179	0.912	0.486
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.744	0.787	3.795	0.594	3.811	0.652	3.979	0.642	3.962	0.553	3.875	0.797	4.400	0.548	1.658	0.130
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.825	0.413	4.682	0.601	4.811	0.395	4.809	0.449	4.792	0.409	4.917	0.282	4.800	0.447	0.922	0.479
3. ความคงตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	4.819	0.402	4.659	0.568	4.774	0.423	4.723	0.579	4.774	0.423	4.917	0.282	4.800	0.447	1.232	0.289
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.300	0.642	4.227	0.605	4.189	0.521	4.170	0.761	4.302	0.540	4.333	0.637	4.200	0.447	0.510	0.801
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.225	0.682	4.091	0.709	4.132	0.621	4.149	0.780	4.245	0.551	4.375	0.576	3.400	0.548	1.873	0.084
ด้านราคา	4.116	0.439	4.014	0.447	3.936	0.465	3.962	0.416	4.000	0.490	4.092	0.295	4.280	0.303	1.937	0.074
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.081	0.538	3.909	0.603	4.000	0.555	3.957	0.359	3.943	0.569	4.125	0.448	4.200	0.447	1.245	0.282
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.125	0.486	4.114	0.538	3.962	0.479	3.979	0.390	4.019	0.537	4.125	0.448	4.200	0.447	1.324	0.245
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	4.075	0.567	3.977	0.549	3.868	0.520	3.936	0.485	3.981	0.604	4.042	0.464	4.200	0.447	1.272	0.269
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	4.169	0.517	3.977	0.457	3.906	0.491	3.957	0.550	4.038	0.553	4.042	0.359	4.800	0.447	4.340	0.000*

ตาราง 69 (ต่อ)

ความต้องการ	ไม่เกิน 15,000		15,001-20,000		20,001-		25,001-		30,001-		35,001-		มากกว่า		F	sig.
	บาท		บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท		40,000 บาท			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.131	0.515	4.091	0.563	3.943	0.534	3.979	0.608	4.019	0.537	4.125	0.448	4.000	0.707	1.205	0.303
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.314	0.623	3.214	0.614	3.211	0.476	3.528	0.385	3.332	0.490	3.383	0.659	3.800	0.548	2.306	0.034*
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสมกับ สถานที่ท่องเที่ยว	3.131	0.862	3.045	0.776	2.887	0.751	3.043	0.721	3.000	0.734	3.292	0.908	3.800	0.837	1.667	0.128
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักรมประเภทออนไลน์	3.025	1.110	3.023	1.067	3.094	0.766	3.447	0.775	3.000	1.000	3.333	0.868	3.600	0.894	1.661	0.129
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม	2.669	1.263	2.705	1.322	2.491	1.012	3.191	1.035	2.925	1.089	2.833	1.090	3.400	1.140	2.123	0.050*
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว	3.869	0.665	3.614	0.618	3.811	0.622	4.000	0.552	3.868	0.652	3.708	0.859	4.000	0.707	1.647	0.133
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า	3.875	0.622	3.682	0.601	3.774	0.577	3.957	0.509	3.868	0.680	3.750	0.897	4.200	0.447	1.290	0.261
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.516	0.318	4.555	0.339	4.660	0.273	4.540	0.431	4.630	0.289	4.558	0.167	4.320	0.335	2.289	0.035*
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม อย่างชัดเจนตลอดทาง	3.388	0.958	3.545	0.901	3.698	0.952	3.617	1.171	3.434	0.991	3.042	0.751	3.400	0.894	1.689	0.123
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.856	0.369	4.864	0.347	4.849	0.456	4.787	0.463	4.887	0.375	4.958	0.204	4.800	0.447	0.607	0.725

ตาราง 69 (ต่อ)

ความต้องการ	ไม่เกิน 15,000		15,001–20,000		20,001–		25,001–		30,001–		35,001–		มากกว่า		F	sig.
	บาท		บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท		40,000 บาท			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ การท่องเที่ยว	4.831	0.392	4.818	0.390	4.887	0.375	4.766	0.598	4.887	0.375	4.958	0.204	4.400	0.548	1.797	0.099
4. ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่ง ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	4.756	0.431	4.773	0.476	4.943	0.233	4.766	0.476	4.981	0.137	4.917	0.282	4.600	0.548	3.947	0.001*
5. ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการ ขายการบริการที่เหมาะสม	4.750	0.449	4.773	0.476	4.925	0.267	4.766	0.476	4.962	0.192	4.917	0.282	4.400	0.548	3.907	0.001*
ด้านบุคลากร	3.758	0.530	3.814	0.524	3.883	0.410	3.830	0.402	3.981	0.410	3.942	0.459	3.920	0.268	1.858	0.087
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการใน สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อ การบริการ	3.606	0.655	3.773	0.605	3.774	0.577	3.723	0.540	3.755	0.515	3.750	0.532	3.800	0.837	1.013	0.417
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมี ความรู้ความสามารถ	3.750	0.583	3.864	0.594	3.906	0.405	3.787	0.463	3.981	0.460	4.000	0.511	4.400	0.548	2.932	0.008*
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมี ความเต็มใจในการให้บริการ	3.756	0.622	3.773	0.642	3.906	0.405	3.787	0.463	4.075	0.549	4.042	0.624	3.800	0.447	2.872	0.010*
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษย สัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	3.819	0.623	3.795	0.594	3.925	0.474	3.894	0.477	4.057	0.497	3.958	0.751	4.000	0.000	1.465	0.189
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมี มารยาทและสุภาพในการให้บริการ	3.856	0.613	3.864	0.632	3.906	0.450	3.957	0.588	4.038	0.479	3.958	0.624	3.600	0.548	1.033	0.403
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.049	0.541	3.850	0.520	3.996	0.562	4.187	0.560	4.275	0.468	4.042	0.598	4.400	0.374	3.437	0.003*
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยว	4.669	0.601	4.500	0.591	4.660	0.649	4.745	0.441	4.736	0.560	4.292	0.908	4.200	0.837	2.635	0.016*

ตาราง 69 (ต่อ)

ความต้องการ	ไม่เกิน 15,000		15,001–20,000		20,001–		25,001–		30,001–		35,001–		มากกว่า		F	sig.
	บาท		บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท		40,000 บาท			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทาง การเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	4.806	0.427	4.614	0.579	4.811	0.483	4.851	0.510	4.925	0.385	4.583	0.717	4.600	0.548	2.703	0.014*
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว	4.056	0.953	4.136	1.002	4.132	1.020	4.319	0.958	4.340	0.854	4.208	0.721	4.800	0.447	1.280	0.265
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว	3.231	1.150	2.886	1.125	3.019	1.101	3.426	1.037	3.585	1.167	3.500	0.933	4.200	0.447	2.967	0.008*
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว	3.481	0.945	3.114	0.920	3.358	0.857	3.596	0.948	3.792	0.906	3.625	0.875	4.200	0.447	3.063	0.006*
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.461	0.321	4.250	0.442	4.328	0.519	4.438	0.414	4.498	0.354	4.375	0.410	4.120	0.576	3.025	0.007*
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.894	0.365	4.773	0.522	4.811	0.441	4.830	0.481	4.906	0.295	4.792	0.415	4.600	0.548	1.220	0.295
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมี ความเพียงพอ	4.825	0.483	4.455	0.761	4.717	0.568	4.745	0.530	4.887	0.320	4.792	0.509	4.200	1.304	4.218	0.000*
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว	3.200	1.098	3.159	0.888	3.283	1.063	3.404	1.116	3.321	0.872	3.250	0.847	3.400	0.548	0.366	0.900
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อ การบริการ	4.838	0.474	4.636	0.780	4.509	0.869	4.809	0.613	4.774	0.609	4.667	0.702	4.600	0.548	2.233	0.039*
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ อยู่ใกล้เคียง	4.550	0.612	4.227	0.859	4.321	0.936	4.404	0.798	4.604	0.768	4.375	0.770	3.800	0.837	2.448	0.025*

จากตาราง 69 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา และด้านบุคลากรแต่อาชีพที่แตกต่าง กันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันใน ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ มีความเหมาะสม (Sig.= 0.000) มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตร เข้าชม (Sig.= 0.050) ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (Sig.= 0.001) ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม (Sig.= 0.001) บุคลากรหรือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (Sig.= 0.008) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ (Sig.= 0.010) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.016) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.= 0.014) มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.= 0.008) มีจุดพักผ่อนระหว่าง การท่องเที่ยว (Sig.= 0.006) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ (Sig.= 0.000) พื้นที่ จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ (Sig.= 0.039) และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ ใกล้เคียง (Sig.= 0.025) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงต้อง เปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 70 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านราคาในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.169	3.977	3.906	3.957	4.038	4.042	4.800
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.169		.19148*	.26309*	.21130*	0.13101	0.12708	-.63125*
15,001–20,000 บาท	3.977			0.07161	0.01983	-0.06046	-0.06439	-.82273*
20,001–25,000 บาท	3.906				-0.05179	-0.13208	-0.13601	-.89434*
25,001–30,000 บาท	3.957					-0.08029	-0.08422	-.84255*
30,001–35,000 บาท	4.038						-0.00393	-.76226*
35,001–40,000 บาท	4.042							-.75833*
มากกว่า 40,000 บาท	4.800							

จากตาราง 70 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท, 30,001-35,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาในประเด็นราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





ตาราง 71 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		3.314	3.214	3.211	3.528	3.332	3.383	3.800
ไม่เกิน 15,000 บาท	3.314		0.10011	0.10243	-.21391*	-0.01833	-0.06958	-0.48625
15,001–20,000 บาท	3.214			0.00232	-.31402*	-0.11844	-0.16970	-.58636*
20,001–25,000 บาท	3.211				-.31634*	-0.12075	-0.17201	-.58868*
25,001–30,000 บาท	3.528					0.19558	0.14433	-0.27234
30,001–35,000 บาท	3.332						-0.05126	-0.46792
35,001–40,000 บาท	3.383							-0.41667
มากกว่า 40,000 บาท	3.800							

จากตาราง 71 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 72 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็น มีการจัดรายการเพื่อกระจายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		2.669	2.705	2.491	3.191	2.925	2.833	3.400
ไม่เกิน 15,000 บาท	2.669		-0.03580	0.17818	-.52274*	-0.25578	-0.16458	-0.73125
15,001–20,000 บาท	2.705			0.21398	-.48694*	-0.21998	-0.12879	-0.69545
20,001–25,000 บาท	2.491				-.70092*	-0.43396	-0.34277	-0.90943
25,001–30,000 บาท	3.191					0.26696	0.35816	-0.20851
30,001–35,000 บาท	2.925						0.09119	-0.47547
35,001–40,000 บาท	2.833							-0.56667
มากกว่า 40,000 บาท	3.400							

จากตาราง 72 พบว่า ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่ายในประเด็นมีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 73 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.516	4.555	4.660	4.540	4.630	4.558	4.320
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.516		-0.03830	-.14413*	-0.02418	-.11394*	-0.04208	0.19625
15,001–20,000 บาท	4.555			-0.10583	0.01412	-0.07564	-0.00379	0.23455
20,001–25,000 บาท	4.660				0.11995	0.03019	0.10204	.34038*
25,001–30,000 บาท	4.540					-0.08976	-0.01791	0.22043
30,001–35,000 บาท	4.630						0.07186	.31019*
35,001–40,000 บาท	4.558							0.23833
มากกว่า 40,000 บาท	4.320							

จากตาราง 73 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่าผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่าผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 74 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.756	4.773	4.943	4.766	4.981	4.917	4.600
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.756		-0.01648	-.18715*	-0.00971	-.22488*	-0.16042	0.15625
15,001–20,000 บาท	4.773			-.17067*	0.00677	-.20840*	-0.14394	0.17273
20,001–25,000 บาท	4.943				.17744*	-0.03774	0.02673	0.34340
25,001–30,000 บาท	4.766					-.21517*	-0.15071	0.16596
30,001–35,000 บาท	4.981						0.06447	.38113*
35,001–40,000 บาท	4.917							0.31667
มากกว่า 40,000 บาท	4.600							

จากตาราง 74 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 75 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.750	4.773	4.925	4.766	4.962	4.917	4.400
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.750		-0.02273	-.17453*	-0.01596	-.21226*	-0.16667	0.35000
15,001–20,000 บาท	4.773			-0.15180	0.00677	-.18954*	-0.14394	.37273*
20,001–25,000 บาท	4.925				.15857*	-0.03774	0.00786	.52453*
25,001–30,000 บาท	4.766					-.19631*	-0.15071	0.36596
30,001–35,000 บาท	4.962						0.04560	.56226*
35,001–40,000 บาท	4.917							.51667*
มากกว่า 40,000 บาท	4.400							

จากตาราง 75 พบว่า ผู้มีรายได้นั้นมากกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 30,001-35,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็น ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่าผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 76 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		3.750	3.864	3.906	3.787	3.981	4.000	4.400
ไม่เกิน 15,000 บาท	3.750		-0.11364	-0.15566	-0.03723	-.23113*	-.25000*	-.65000*
15,001–20,000 บาท	3.864			-0.04202	0.07640	-0.11750	-0.13636	-.53636*
20,001–25,000 บาท	3.906				0.11843	-0.07547	-0.09434	-.49434*
25,001–30,000 บาท	3.787					-0.19390	-0.21277	-.61277*
30,001–35,000 บาท	3.981						-0.01887	-0.41887
35,001–40,000 บาท	4.000							-0.40000
มากกว่า 40,000 บาท	4.400							

จากตาราง 76 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ สูงกว่าผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001–20,000 บาท, 20,001–25,000 บาท และ 25,001–30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001–35,000 บาท และ 35,001–40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 77 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		3.756	3.773	3.906	3.787	4.075	4.042	3.800
ไม่เกิน 15,000 บาท	3.756		-0.01648	-0.14941	-0.03098	-.31922*	-.28542*	-0.04375
15,001–20,000 บาท	3.773			-0.13293	-0.01451	-.30274*	-0.26894	-0.02727
20,001–25,000 บาท	3.906				0.11843	-0.16981	-0.13601	0.10566
25,001–30,000 บาท	3.787					-.28824*	-0.25443	-0.01277
30,001–35,000 บาท	4.075						0.03381	0.27547
35,001–40,000 บาท	4.042							0.24167
มากกว่า 40,000 บาท	3.800							

จากตาราง 77 พบว่า ผู้มีรายได้อันได้ 35,001-40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็นบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ สูงกว่าผู้มีรายได้อันได้ไม่เกิน 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้อันได้ 30,001-35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรในประเด็น บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการ สูงกว่า ผู้มีรายได้อันได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 78 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.049	3.850	3.996	4.187	4.275	4.042	4.400
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.049		.19875*	0.05252	–0.13848	–.22672*	0.00708	–0.35125
15,001–20,000 บาท	3.850			–0.14623	–.33723*	–.42547*	–0.19167	–.55000*
20,001–25,000 บาท	3.996				–0.19101	–.27925*	–0.04544	–0.40377
25,001–30,000 บาท	4.187					–0.08824	0.14557	–0.21277
30,001–35,000 บาท	4.275						0.23381	–0.12453
35,001–40,000 บาท	4.042							–0.35833
มากกว่า 40,000 บาท	4.400							

จากตาราง 78 พบว่า ผู้มีรายได้นั้นมากกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





ตาราง 79 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001-	20,001-	25,001-	30,001-	35,001-	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.669	4.500	4.660	4.745	4.736	4.292	4.200
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.669		0.16875	0.00837	-0.07593	-0.06710	.37708*	0.46875
15,001-20,000 บาท	4.500			-0.16038	-0.24468	-0.23585	0.20833	0.30000
20,001-25,000 บาท	4.660				-0.08430	-0.07547	.36871*	0.46038
25,001-30,000 บาท	4.745					0.00883	.45301*	0.54468
30,001-35,000 บาท	4.736						.44418*	0.53585
35,001-40,000 บาท	4.292							0.09167
มากกว่า 40,000 บาท	4.200							

จากตาราง 79 พบว่า ผู้มีรายได้ 35,001–40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 20,001–25,000 บาท, 25,001–30,000 บาท และ 30,001–35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



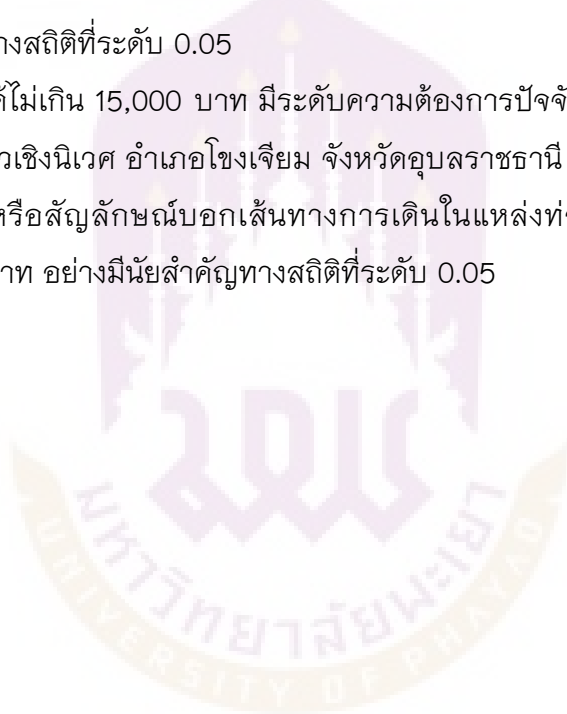
ตาราง 80 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.806	4.614	4.811	4.851	4.925	4.583	4.600
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.806		.19261*	-0.00507	-0.04481	-0.11828	.22292*	0.20625
15,001–20,000 บาท	4.614			-.19768*	-.23743*	-.31089*	0.03030	0.01364
20,001–25,000 บาท	4.811				-0.03974	-0.11321	0.22799	0.21132
25,001–30,000 บาท	4.851					-0.07346	.26773*	0.25106
30,001–35,000 บาท	4.925						.34119*	0.32453
35,001–40,000 บาท	4.583							-0.01667
มากกว่า 40,000 บาท	4.600							

จากตาราง 80 พบว่า ผู้มีรายได้อาจได้ 35,001-40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้มีรายได้อาจได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้อาจได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้อาจได้ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้อาจได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้อาจได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 81 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		3.231	2.886	3.019	3.426	3.585	3.500	4.200
ไม่เกิน 15,000 บาท	3.231		0.34489	0.21238	-0.19428	-.35366*	-0.26875	-0.96875
15,001–20,000 บาท	2.886			-0.13250	-.53917*	-.69854*	-.61364*	-1.31364*
20,001–25,000 บาท	3.019				-0.40666	-.56604*	-0.48113	-1.18113*
25,001–30,000 บาท	3.426					-0.15937	-0.07447	-0.77447
30,001–35,000 บาท	3.585						0.08491	-0.61509
35,001–40,000 บาท	3.500							-0.70000
มากกว่า 40,000 บาท	4.200							

จากตาราง 81 พบว่า ผู้มีรายได้นี้มากกว่า 40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นนี้ผู้ให้บริการคายนแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001–20,000 บาท และ 20,001–25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 35,001–40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นนี้ผู้ให้บริการคายนแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001–20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นนี้ผู้ให้บริการคายนแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001–20,000 บาท และ 20,001–25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 25,001–30,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นนี้ผู้ให้บริการคายนแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001–20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

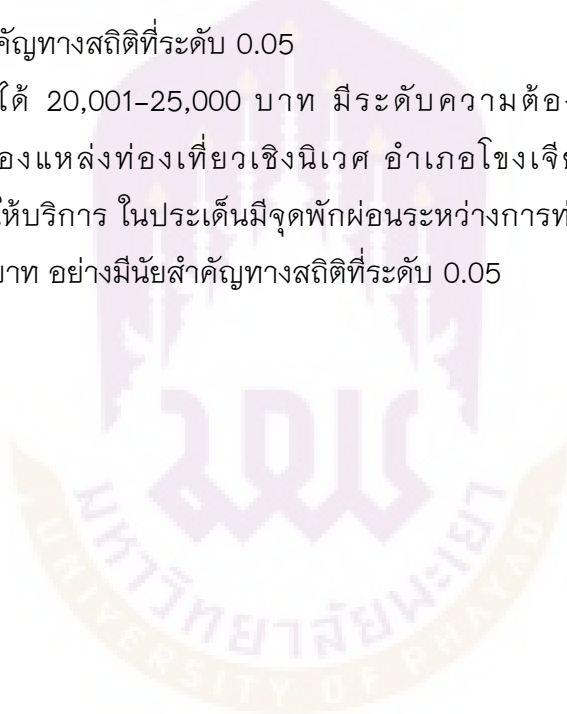
ตาราง 82 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		3.481	3.114	3.358	3.596	3.792	3.625	4.200
ไม่เกิน 15,000 บาท	3.481		.36761*	0.12276	-0.11449	-.31120*	-0.14375	-0.71875
15,001–20,000 บาท	3.114			-0.24485	-.48211*	-.67882*	-.51136*	-1.08636*
20,001–25,000 บาท	3.358				-0.23725	-.43396*	-0.26651	-0.84151
25,001–30,000 บาท	3.596					-0.19671	-0.02926	-0.60426
30,001–35,000 บาท	3.792						0.16745	-0.40755
35,001–40,000 บาท	3.625							-0.57500
มากกว่า 40,000 บาท	4.200							

จากตาราง 82 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท แต่ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท, 30,001-35,000 บาท, 35,001-40,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





ตาราง 83 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.461	4.250	4.328	4.438	4.498	4.375	4.120
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.461		.21125*	.13295*	0.02295	-0.03686	0.08625	0.34125
15,001–20,000 บาท	4.250			-0.07830	-0.18830*	-0.24811*	-0.12500	0.13000
20,001–25,000 บาท	4.328				-0.11000	-0.16981*	-0.04670	0.20830
25,001–30,000 บาท	4.438					-0.05982	0.06330	0.31830
30,001–35,000 บาท	4.498						0.12311	.37811*
35,001–40,000 บาท	4.375							0.25500
มากกว่า 40,000 บาท	4.120							

จากตาราง 83 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001–20,000 บาท และ 20,001–25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 15,001–20,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 25,001–30,000 บาท และ 30,001–35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 20,001–25,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001–35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สูงกว่า ผู้มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



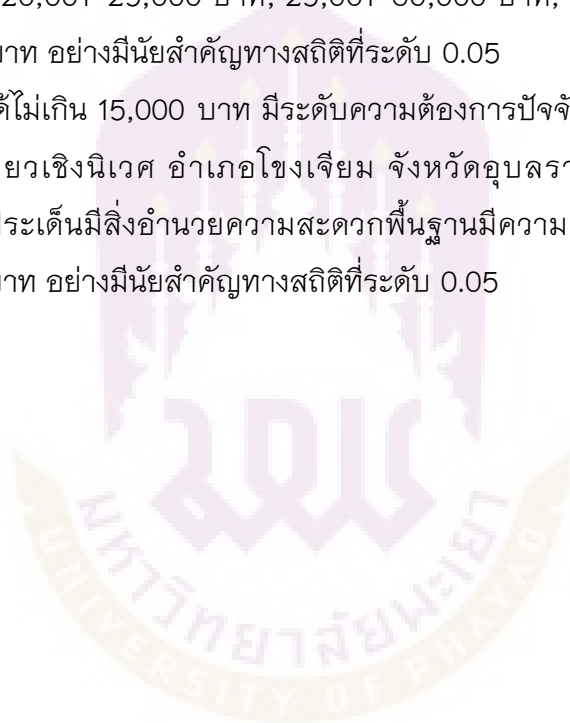
ตาราง 84 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.825	4.455	4.717	4.745	4.887	4.792	4.200
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.825		.37045*	0.10802	0.08032	-0.06179	0.03333	.62500*
15,001–20,000 บาท	4.455			-.26244*	-.29014*	-.43225*	-.33712*	0.25455
20,001–25,000 บาท	4.717				-0.02770	-0.16981	-0.07469	.51698*
25,001–30,000 บาท	4.745					-0.14211	-0.04699	.54468*
30,001–35,000 บาท	4.887						0.09513	.68679*
35,001–40,000 บาท	4.792							.59167*
มากกว่า 40,000 บาท	4.200							

จากตาราง 84 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาทมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอต่ำกว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท, 30,001-35,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท, 30,001-35,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ สูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 85 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอต่อการบริการ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.838	4.636	4.509	4.809	4.774	4.667	4.600
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.838		0.20114	.32807*	0.02899	0.06392	0.17083	0.23750
15,001–20,000 บาท	4.636			0.12693	–0.17215	–0.13722	–0.03030	0.03636
20,001–25,000 บาท	4.509				–.29908*	–.26415*	–0.15723	–0.09057
25,001–30,000 บาท	4.809					0.03493	0.14184	0.20851
30,001–35,000 บาท	4.774						0.10692	0.17358
35,001–40,000 บาท	4.667							0.06667
มากกว่า 40,000 บาท	4.600							

จากตาราง 85 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอต่อการบริการ สูงกว่าผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีพื้นที่จอตลอดมีความเพียงพอต่อการบริการ ต่ำกว่าผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 86 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี (ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 15,000	15,001–	20,001–	25,001–	30,001–	35,001–	มากกว่า
		บาท	20,000 บาท	25,000 บาท	30,000 บาท	35,000 บาท	40,000 บาท	40,000 บาท
		4.550	4.227	4.321	4.404	4.604	4.375	3.800
ไม่เกิน 15,000 บาท	4.550		.32273*	0.22925	0.14574	-0.05377	0.17500	.75000*
15,001–20,000 บาท	4.227			-0.09348	-0.17698	-.37650*	-0.14773	0.42727
20,001–25,000 บาท	4.321				-0.08350	-0.28302	-0.05425	0.52075
25,001–30,000 บาท	4.404					-0.19952	0.02926	0.60426
30,001–35,000 บาท	4.604						0.22877	.80377*
35,001–40,000 บาท	4.375							0.57500
มากกว่า 40,000 บาท	3.800							

จากตาราง 86 พบว่า ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงสูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงต่ำกว่า ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงสูงกว่า ผู้มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ ANOVA ทั้งหมด 42 รายการ ผู้วิจัยพบว่า 25 รายการมีนัยสำคัญ ดังนั้น ในภาพรวมลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้การตอบสนองต่อหลักส่วนประสมทางการตลาด 7P's แตกต่างกัน



ตาราง 87 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	การศึกษาสูงสุด	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	✓	X	✓	✓	X	✓
ด้านราคา	X	X	✓	X	✓	✓
ด้านช่องทางการจำหน่าย	✓	✓	✓	✓	X	X
ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	X	✓	X	✓	X
ด้านบุคลากร	X	X	✓	X	X	✓
ด้านกระบวนการให้บริการ	✓	✓	✓	✓	X	X
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	X
<b>ภาพรวม</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

หมายเหตุ: โดยกำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเครื่องหมาย X แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 87 พบว่า ผลสรุปของการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way-ANOVA or F-test) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ต่างกันในภาพรวม ด้านเพศ สถานภาพการสมรส และการศึกษาสูงสุด ยกเว้นด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ และตัวแทนภาคชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

### ตอนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นภาครัฐ

#### คนที่ 1

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุบลราชธานี

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอโขงเจียม มีทุกเพศทุกวัย ส่วนมากเดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียง และจากทุกจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและมายังอำเภอโขงเจียม เพื่อชมทัศนียภาพอันงดงามของแหล่งท่องเที่ยว...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ศักยภาพทางด้านสภาพภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวของอำเภอโขงเจียมในปัจจุบันมีความพร้อมเป็นอย่างมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม สิ่งที่ควรปรับปรุงในปัจจุบันควรเป็นเรื่องถนนหนทาง บ้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และควรมีการอบรมเพิ่มเติมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่บริการ และประชาชนในเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มเติมด้วย...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ในปัจจุบันงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากภาครัฐนั้นว่ายังไม่เพียงพอ เพราะการพัฒนาต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อสานต่อ ควรมีการรณรงค์จากภาคเอกชนหรือองค์กรอิสระในเรื่องงบประมาณในการจัดทำโครงการ แต่จะมีข้อขัดข้องในเรื่องของการดำเนินงาน เพราะแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้ขาดสภาพคล่องในการดำเนินการ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“..ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันนับเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องดำเนินการ ควรมีการวางแผนในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เพื่อปลูกจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ควรมีการวางแผนเพื่อจัดการเกี่ยวกับขยะเพื่อไม่เกิดผลกระทบทางด้านนี้ในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...จากสภาพปัจจุบันยังไม่ถือว่าเกิดผลกระทบ แต่ในอนาคตคิดว่าควรมีการจัดการวางแผนเพื่อรองรับ โดยจัดให้มีการให้ความรู้แก่ภาคชุมชนให้มีความเข้าใจถึงเรื่องผลบวกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น ทำให้เกิดการสร้างงาน เกิดรายได้แก่ชุมชน และปรับทัศนคติที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไปในทางที่ดี...”

## คนที่ 2

### ตำแหน่ง ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่มาเยือนส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกเพศทุกวัยที่มีความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และในอำเภอโขงเจียมมีสถานที่หลายแห่งที่มีความงดงาม ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่จะมาจากจังหวัดใกล้เคียงที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะเป็นส่วนใหญ่...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียมต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...อันดับแรกคือ บุคลากรในการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์เพื่อให้มีความรู้ความสามารถและอีกประการคืออยากให้พัฒนาในเรื่องของการขยายถนน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง และควรเพิ่มป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนภายในแหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มป้าย และถังขยะเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ปัจจุบันจากงบประมาณที่ภาครัฐให้การสนับสนุนจะจัดทำเป็นโครงการต่าง ๆ เช่น ด้านการอบรมบุคลากร การปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนป้ายบอกทางต่าง ๆ ซึ่งนับว่ายังไม่เพียงพอต่อการพัฒนา เพราะการพัฒนาต้องอาศัยระยะยาวในการดำเนินการ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ปัญหาสิ่งแวดล้อมนับว่าเป็นปัญหาที่สำคัญต่อการรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันนับว่ายังไม่เกิดปัญหา แต่ในอนาคตควรมีการจัดทำแผนรองรับ เช่น การจัดทำโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยชุมชน ตลอดจนจัดการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนเจ้าของพื้นที่ให้เกิดการหวงแหน และรักษาสภาพแวดล้อมร่วมกัน...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบในปัจจุบันนับว่ายังไม่เป็นปัญหา แต่ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องของการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ส่วนประชาชนในท้องถิ่นควรจัดให้มีโครงการเพื่อปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด และเพื่อให้ทราบถึงผลดีของการท่องเที่ยวทำให้ชุมชนใดอะไบบ้าง และควรปฏิบัติตนอย่างไรต่อนักท่องเที่ยวในฐานะเป็นเจ้าบ้าน และเจ้าของร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ...”

### คนที่ 3

#### ตำแหน่ง นักจัดการฝ่ายบริหารงานทั่วไป สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังอำเภอโขงเจียมส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย  
มีทุกเพศทุกวัย และมาจากจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม  
ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...อันดับแรกควรจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้  
นักท่องเที่ยวได้ศึกษาหาความรู้จากการท่องเที่ยว การปรับปรุงในเรื่องถนนหนทางเพื่อขยาย  
เส้นทางการเดินทางให้สะดวกและปลอดภัยยิ่งขึ้นก็ถือเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง นอกจากนี้  
ควรจัดอบรมให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยวตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่อยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับ  
นักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี  
หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนา  
แหล่งท่องเที่ยว

“...สภาพปัจจุบันรัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณแต่ยังนับว่าน้อยมาก ควรมี  
การรณรงค์ขอรับการสนับสนุนจากภาคเอกชนหรือองค์กรอื่น ๆ ด้วย ซึ่งงบประมาณในเรื่อง  
การรักษาสภาพแวดล้อมนับเป็นประเด็นสำคัญ นอกจากนี้การวางแผนการจัดการขยะที่  
เกิดจากการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต  
อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อ  
การพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ปัจจุบันผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมยังไม่เป็นปัญหามากนัก แต่ในอนาคต  
ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องแนวทางการอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนใน  
ท้องถิ่น...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และ  
ขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับ  
ในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบด้านบวกคือนักท่องเที่ยวได้ความรู้จากการท่องเที่ยว ส่วนประชาชนเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวจากการขายสินค้าบริการและของที่ระลึก ส่วนแผนรองรับควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และเป็นการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดตามมา...”

#### คนที่ 4

##### ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มวิชาการขนส่ง สำนักงานขนส่งจังหวัดอุบลราชธานี

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ซึ่งเดินทางมาจากจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีทุกเพศทุกวัย...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียมต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ควรปรับปรุงเรื่องถนน และป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทาง...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันนับว่ายังไม่เพียงพอ ปัจจุบันจะเน้นที่การบำรุงรักษาสภาพภูมิทัศน์และเจ้าหน้าที่...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...จัดเตรียมแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในการท่องเที่ยวเพื่อรักษาภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบในปัจจุบันนับว่ามีน้อยมาก แต่ควรมีแผนรองรับโดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นและประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต...”

## คนที่ 5

### ตำแหน่ง ปลัดอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นคนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีจากภูมิภาคอื่นเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยวช่วงปลายปี โดยรวมเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาเป็นหมู่คณะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...การปรับปรุงสภาพของแหล่งท่องเที่ยว เริ่มจากถนน ควรเป็นถนนที่กว้างขึ้น เพื่อความสะดวกในการเดินทาง และเพิ่มความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเพียงพอตลอดเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...รัฐให้การสนับสนุนงบประมาณเกือบทุกด้าน แต่ไม่ต่อเนื่องเพราะการอนุรักษ์ ต้องทำอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันรัฐจัดสรรงบประมาณในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนระบบสาธิตภูมิทัศน์ด้านต่าง ๆ แต่ยังไม่เพียงพอต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...แผนการประชาสัมพันธ์และการปลูกจิตสำนึกนับว่าสำคัญที่สุด เพื่อลดผลกระทบที่จะตามมาในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบทางด้านนี้ ควรมีการวางแผนในเรื่องการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น...”



## คนที่ 6

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จากจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง มีทุกเพศทุกวัย ส่วนใหญ่มากับคณะทัวร์...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงเรื่องสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ปรับปรุงเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มแหล่งเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้นและเพียงพอ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...หน่วยงานมีการสนับสนุนงบประมาณในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม พร้อมการรักษาให้คงสภาพเดิม นอกจากนี้ยังสนับสนุนในเรื่องการจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...หน่วยงานได้ร่วมจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจหลักการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังให้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม หากพบว่าโครงการหรือกิจกรรมใดมีผลกระทบจะมีการยับยั้งหรือระงับเพื่อพิจารณาทบทวนเพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบด้านบวกคือชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว ส่วนด้านลบ คือมีการรับวัฒนธรรมจากภายนอก จากนักท่องเที่ยวซึ่งควรป้องกันโดยการประชาสัมพันธ์สร้างความรู้สึกที่ดีต่อชุมชนในการบริการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น...”



## คนที่ 7

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ซึ่งมีทุกเพศทุกวัย เดินทางจาก จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดใกล้เคียง และจากทุกพื้นที่ของประเทศไทย...

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ควรพัฒนาศักยภาพด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก เพื่อเตรียมความพร้อมในการ รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ควรเพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยวในทุกแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการฝึกอบรมบุคลากร และการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ควรจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อปลูกจิตสำนึกให้แก่ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น นักท่องเที่ยวควรมีจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยว และชุมชนมีจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รู้สึกหวงแหนรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...สร้างความเข้าใจต่อประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้ทราบถึงผลด้านบวก โดยการท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้ เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น และควรจัดให้มีการให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันปัญหาและลดผลกระทบที่จะเกิดในอนาคต...”

## คนที่ 8

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทยจากจังหวัดใกล้เคียงมีทุกเพศทุกวัย และส่วนใหญ่มาเป็นหมู่คณะและมีชาวต่างชาติที่เดินทางมาเองพร้อมกับครอบครัวด้วย...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียมต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ด้านที่ต้องปรับปรุงคือ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว อยากให้มีการปรับปรุงและพัฒนาให้สะดวกสบายมากขึ้น เช่น จุดบริการท่องเที่ยว ที่จอดรถ ตลอดจนระบบสาธารณูปโภค และที่สำคัญอยากให้มีร้านค้าสำหรับชุมชนจริง ๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนจากการท่องเที่ยวด้วย...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมวิชาชีพให้กับชุมชนสำหรับการสร้างงานในชุมชน เพื่อนำมาจำหน่ายเป็นของที่ระลึกจากชุมชนเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และดำเนินการด้านการกำจัดขยะในแหล่งท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ควรจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นด้วยเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...รัฐควรมีการศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นอย่างจริงจังและให้ความสนใจในผลกระทบที่จะเกิดจากการท่องเที่ยว ควรมีแผนรองรับในเรื่องการวิจัยผลกระทบที่จะตามมาอย่างจริงจัง...”

## คนที่ 9

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...ส่วนใหญ่แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอโขงเจียม เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเป็นหมู่คณะ มีทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ และเดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียงมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจากทุกที่ทั่วประเทศ เมื่อถึงฤดูหนาว ซึ่งถือเป็นฤดูท่องเที่ยวของอำเภอโขงเจียม...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงในด้านบุคลากรหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการนำเที่ยวในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรจัดให้มีจุดบริการท่องเที่ยวในทุกแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ทางหน่วยงานให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมบุคลากรผู้บริการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังจัดสรรงบประมาณในเรื่องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...แผนรองรับที่ดีที่สุดคือ การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ เพราะทุกวันนี้ นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลตลอดจนแนวทางการท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการจัดทำโครงการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ด้วย เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แผนการจัดการขยะที่เกิดจากการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...จากสภาวะการณ์ในปัจจุบันนี้ยังไม่เกิดผลกระทบทางด้านนี้จากการท่องเที่ยว แต่ควรมีการป้องกันโดยการจัดทำแผนรองรับในเรื่องการปลูกจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นให้เข้าใจถึงค่าว่าการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง...”

#### คนที่ 10

##### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านบ้างแต่ยังไม่เยอะ ส่วนมากเดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียงซึ่งเดินทางมาเป็นหมู่คณะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...สิ่งที่ควรเร่งด่วนคือปรับปรุงแหล่งเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาหาความรู้จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่อยู่เสมอเพื่อรองรับการบริการให้กับนักท่องเที่ยวด้วย เรื่องถนนสำหรับการเดินทางเพื่อให้สะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง นอกจากนี้ควรปรับปรุงในส่วนของระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...รัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณในเรื่องการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสนับสนุนในเรื่องงบประมาณในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สวยงามและสะอาด...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...รัฐควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...รัฐควรมีการจัดทำโครงการเพื่อสร้างความสำนึกที่ดีต่อประชาชนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนผู้มาเยือนและทำให้เกิดรายได้ต่อชุมชน เกิดการสร้างงานในชุมชนอีกด้วย...”

### คนที่ 11

#### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มาจากจังหวัดใกล้เคียง แต่ปัจจุบันเริ่มมีคณะนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านมาบ้างแล้วแต่ยังนับว่าน้อยมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาจะเดินทางเป็นหมู่คณะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า คักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียมต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงเรื่องถนน และสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและสวยงาม เพื่อให้เกิดความประทับใจ นอกจากนี้ยังควรจัดให้มีแหล่งเรียนรู้อยู่ทุกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้จากการท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...งบประมาณจากภาครัฐส่วนมากมุ่งเน้นในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และการอบรมบุคลากรภาครัฐเพื่อให้ความรู้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ควรมีแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบป้องกันด้วยการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของชุมชนนั้นคือประชาชนในท้องถิ่น ที่จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบที่จะตามมาว่าทุกฝ่ายควรปฏิบัติเช่นไร...”

#### คนที่ 12

##### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มาเป็นหมู่คณะ โดยเดินทางมาจากทุกจังหวัดทั่วประเทศและมีทุกเพศทุกวัย...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียมต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...อันดับแรกควรปรับปรุงคือ แหล่งเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและสร้างความเข้าใจอันดีในแนวทางของการท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ด้านบุคลากร และการรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยว...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรมีการจัดทำแผนการจัดการขยะด้วย...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง



“...ผลกระทบด้านบวกคือ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชน ส่วนด้านลบคือการรับวัฒนธรรมต่างถิ่นเข้ามา อาจจะทำให้หลงลืมวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นไป แนวทางป้องกันสามารถจัดทำโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ชุมชนเป็นหลัก เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดตามมา...”

## ตอนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นตัวแทนภาคชุมชน

### คนที่ 1

#### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชาวไทยเดินทางมาจากทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ซึ่งส่วนมากเดินทางเป็นเป็นหมู่คณะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า คักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงถนนเพื่อขยายถนนให้กว้างและสะดวกต่อการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนได้มีส่วนให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...มีการเสียภาษีให้กับหน่วยงานราชการ และสนับสนุนเมื่อมีโครงการต่าง ๆ จากภาครัฐขอรับสนับสนุนงบประมาณ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ชุมชน มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...การทิ้งขยะถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำถังขยะให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ชุมชนมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมท้องถิ่น เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว...”

## คนที่ 2

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย มาเป็นหมู่คณะ เดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียง และส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงถนนเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ควรปรับปรุงในเรื่องป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนได้มีส่วนให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...สนับสนุนทุกทางเท่าที่จะสามารถกระทำได้ เช่น การสนับสนุนการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ เพื่อมีส่วนร่วมในการรณรงค์จากหน่วยงานภาครัฐ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ชุมชน มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมส่วนมากมาจากขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ ควรมีการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ชุมชนมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบด้านนี้ยังไม่ค่อยเห็นมากนักเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ด้วยกันเอง เพราะฉะนั้นแผนรองรับน่าจะเป็นเรื่องของการสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว...”

## คนที่ 3

### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง



“...นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ซึ่งมาเป็นหมู่คณะ เดินทางมาจากทุกแห่งทั่วประเทศ แต่จากจังหวัดใกล้เคียงมากที่สุด...”

2. ท่านทราบหรือไม่ ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม และควรเพิ่มร้านค้าพื้นเมืองของกลุ่มแม่บ้านเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นด้วย...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนได้มีส่วนให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...สนับสนุนตามแต่กำลังทรัพย์ที่พอมี และช่วยเป็นกระบอกเสียงให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อภาครัฐมีการจัดทำโครงการต่าง ๆ ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ชุมชน มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาสำคัญคือ เรื่องของขยะ ควรมีการจัดทำแผนเพื่อจัดการกับขยะเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในอนาคต...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ชุมชนมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบทางสังคมยังไม่มีให้เห็น แต่ควรป้องกันโดยการสร้างความเข้าใจให้กับเจ้าของพื้นที่ นั่นก็คือ ประชาชนให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ สร้างงานให้กับชุมชน...”

#### คนที่ 4

##### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...นักท่องเที่ยวเป็นชาวไทยที่เดินทางมาจากหลายจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นจังหวัดใกล้เคียง โดยส่วนมากจะเดินทางมาเป็นคณะและมีทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั่วประเทศเพื่อนบ้านบ้างแต่นับว่ายังไม่เยอะ...”

2. ท่านทราบหรือไม่ ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ควรปรับปรุงในเรื่องป้ายบอกทาง และป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ชัดเจนและทั่วถึง...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนได้มีส่วนให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“...ภาครัฐมาการจัดทำโครงการต่าง ๆ จะสนับสนุนงบประมาณตามกำลังที่มีเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมนับว่าปัญหายังไม่เกิด แต่ถ้ามีแผนสำรองไว้ก็ควรจัดการในเรื่องการกำจัดขยะต่าง ๆ ...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ชุมชนมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ยังไม่ถือว่าเป็นปัญหาสำคัญเพราะนักท่องเที่ยวที่มาส่วนมากเป็นคนไทย จึงเข้าใจดีเกี่ยวกับปัญหาด้านนี้...”

#### คนที่ 5

##### ตำแหน่ง

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

“...ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียม เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะซึ่งมีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และมาจากทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย...”

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

“...ควรเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชน...”

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนได้มีส่วนให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

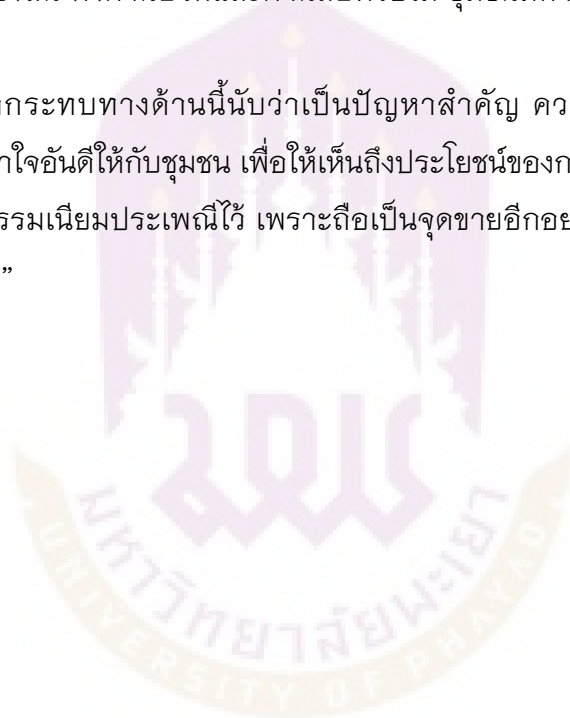
“...สนับสนุนงบประมาณในด้านการออกร้านขายของต่าง ๆ เมื่อมีงาน และจ่ายภาษีบำรุงเพื่อเป็นงบประมาณในการพัฒนา...”

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวที่ไม่มีจิตสำนึก มีการทิ้งขยะตามสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ไว้ดูแลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ...”

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ชุมชนมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

“...ผลกระทบทางด้านนี้นับว่าเป็นปัญหาสำคัญ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีให้กับชุมชน เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยว และรณรงค์ให้ชุมชนรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีไว้ เพราะถือเป็นจุดขายอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยี่ยมชม...”





ตาราง 88 (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูลวิจัย	แบบสัมภาษณ์และผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์				
ภาครัฐ					
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 3	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 4	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 5	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 6	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 7	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 8	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 9	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 10	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 11	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 12	✓	✓	✓	✓	✓
ภาคชุมชน					
คนที่ 1	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 2	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 3	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 4	✓	✓	✓	✓	✓
คนที่ 5	✓	✓	✓	✓	✓

จากตาราง 88 สรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วยทุกเพศ ทุกวัย เดินทางมาจากจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 และเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมาพร้อมครอบครัวชาวไทย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.64 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 70.58 เดินทางมาเอง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

2. การศึกษาการประเมินศักยภาพของพื้นที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่าศักยภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อรองรับต่อการเพิ่มของนักท่องเที่ยวในอนาคต คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน บ้ายบอทาง พื้นที่จอดรถ ร้านอาหาร ถังขยะ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 ด้านบุคลากร ได้แก่ มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่บริการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.17 การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 และด้านระบบสาธารณูปโภค เช่น แหล่งน้ำอุปโภคบริโภค ให้สะอาดและเพียงพอต่อความต้องการในพื้นที่ท่องเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

3. การศึกษาทางด้านการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความเห็นว่า งบประมาณสนับสนุนที่นำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นของรัฐบาล และมีการจัดกิจกรรมเพื่อขอรับงบประมาณสนับสนุนจากภาคเอกชน และชุมชนตามแต่ศักยภาพพื้นที่เท่านั้น ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่างบประมาณนำมาใช้ส่วนใหญ่เพื่อพัฒนาและดูแลสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การรักษาสภาพแวดล้อม การจัดทำป้ายต่าง ๆ และการกำจัดขยะ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 ด้านการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ และมััคคุเทศก์ จำนวน 35.29 และด้านการประชาสัมพันธ์ และอบรมวิชาชีพ จำนวน 2 คน คิดเป็น 17.76

4. การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่าควรมีการเตรียมความพร้อมรับมือผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 ด้านการกำจัดขยะ จำนวน 40.05 และด้านการจัดโครงการเพื่อการอนุรักษ์และปลูกจิตสำนึก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.64

5. การศึกษาผลกระทบทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่าควรการวางแผนรองรับผลกระทบในอนาคต ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.17 ด้านการปลูกจิตสำนึกและสร้างความรู้ จำนวน 29.41 และด้านการศึกษาวิจัยผลกระทบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88



## บทที่ 5

### บทสรุป

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

#### กลุ่มตัวอย่างประชากร

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 386 ราย ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและโดยได้เก็บข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตามจำนวน

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และตัวแทนชุมชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 12 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุบลราชธานี จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานขนส่งจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน สำนักงานปลัดอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโขงเจียม สำนักงานละ 1 คน รวม 5 คน เจ้าหน้าที่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จำนวน 1 คน และในส่วนของภาคชุมชน โดยกำหนดจากตัวแทนกลุ่มวิชาชีพแม่บ้านแต่ละตำบลในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย



ตำบลโขงเจียม ตำบลห้วยยาง ตำบลนาโพธิ์กลาง ตำบลหนองใหญ่ และตำบลห้วยไผ่ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ตำบลละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

### **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือแบบสอบถามในประเด็นข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ของนักท่องเที่ยว และปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี และส่วนที่ 2 คือ แบบสัมภาษณ์ โดยข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์นี้ จะครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และข้อคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ที่เกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งประกอบไปด้วย โดยมีเนื้อหาครอบคลุม ดังนี้ 1) การประเมินศักยภาพของพื้นที่ (Site Evaluation) 2) การศึกษาทางการเงิน (Financial Study) 3) การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Study) และ 4) การศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact Study)

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยตนเองตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### **การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพนี้จะใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นั้นถูกต้องหรือไม่ โดยจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage)

ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Interferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐาน ทั้ง 2 ช่อง โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square) และสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน โดยสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

### สรุปผลการวิจัย

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.4 ส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี และ 31-40 ปี ร้อยละ 28.2 และร้อยละ 24.6 สถานภาพการสมรส โสด และสมรส ร้อยละ 54.4 และร้อยละ 43.3 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.7 และร้อยละ 41.2 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ ร้อยละ 27.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 41.5

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 83.9 สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชม คือ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ร้อยละ 25.1 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือรถบัสคณะทัวร์ ร้อยละ 52.6 ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของนักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ร้อยละ 35.8 บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยว คือเพื่อน ร้อยละ 57.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียม 2 วัน ร้อยละ

83.4 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 79.5 สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ โรงแรม ร้อยละ 50.8 งบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียม มากกว่า 2,000 บาท และ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 46.6 และร้อยละ 44.6

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความแปลกใหม่ที่นำเสนอของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.806 ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.070 ด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.845 ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.858 ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.904 ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 4.790 ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ย 4.852

### **ตอนที่ 3** ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ผลการสรุปมีรายละเอียดดังนี้

อายุ สถานภาพการสมรส และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกด้านสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานที่

ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.045) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.033) และสถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.046) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียมสำหรับครั้งนี้ (Sig.= 0.020) สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมาอำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน (Sig.= 0.000) ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ (Sig.= 0.002) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ (Sig.= 0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.= 0.016) สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (Sig.= 0.000) และงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (Sig.= 0.000)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด





การจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา และด้านบุคลากร แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกันในด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

#### **ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**

การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววันั้น มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีจำนวน 17 คน ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุบลราชธานี, ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุบลราชธานี, ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี, ตัวแทนสำนักงานขนส่งจังหวัดอุบลราชธานี, ปลัดอำเภอโขงเจียม, เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี, เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี และปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโขงเจียม สำนักงานละ 1 คน รวม 5 สำนักงาน และตัวแทนภาคชุมชน ได้แก่ ตัวแทนตัวแทนกลุ่มวิชาชีพแม่บ้านของแต่ละตำบล ซึ่งได้แก่ ตำบลโขงเจียม ตำบลห้วยยาง ตำบลนาโพธิ์กลาง ตำบลหนองใหญ่ และตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ตัวแทนทั้งภาครัฐและชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาหาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีรายละเอียดดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วยทุกเพศ ทุกวัย เดินทางมาจากจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง

จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 และเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมาพร้อมครอบครัวชาวไทย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.64 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 70.58 เดินทางมาเอง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

2. การศึกษาการประเมินศักยภาพของพื้นที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่ ศักยภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนา เพื่รองรับต่อการเพิ่มของนักท่องเที่ยวในอนาคต คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน บ้ายบอทาง พื้นที่จอดรถ ร้านอาหาร ถึงชยะ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 ด้านบุคลากร ได้แก่ มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่บริการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.17 การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 และด้านระบบ สาธารณูปโภค เช่น แหล่งน้ำอุปโภคบริโภค ให้สะอาดและเพียงพอต่อความต้องการในพื้นที่ท่องเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

3. การศึกษาทางด้านการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความเห็นว่ งบประมาณสนับสนุนที่นำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นของรัฐบาล และมีการจัดกิจกรรมเพื่อขอรับงบประมาณสนับสนุนจากภาคเอกชน และชุมชนตามแต่ศักยภาพพื้นที่เท่านั้น ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ งบประมาณนำมาใช้ ส่วนใหญ่เพื่อพัฒนาและดูแลสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การรักษาสภาพแวดล้อม การจัดทำป้ายต่าง ๆ และการกำจัดขยะ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 ด้านการจัด กิจกรรมเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ และมััคคุเทศก์ นำเที่ยว จำนวน 35.29 ด้านการประชาสัมพันธ์ และอบรมวิชาชีพ จำนวน 2 คน คิดเป็น 17.76

4. การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่ ควรมีการเตรียมความพร้อมรับมือผลกระทบทาง สิ่งแวดล้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 ด้านการกำจัดขยะ จำนวน 40.05 และด้านการจัดโครงการเพื่อการอนุรักษ์และปลูกจิตสำนึก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.64

5. การศึกษาผลกระทบทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 17 คน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นว่ ควรการวางแผนรองรับผลกระทบในอนาคต ดังนี้ ด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.17 ด้านการปลูกจิตสำนึกและสร้างความรู้ จำนวน 29.41 และด้านการ ศึกษาวิจัยผลกระทบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ทั้งภาครัฐ ภาคผู้ประกอบการและภาคชุมชน ควรให้ทุกฝ่ายได้มีการร่วมมือกันอย่างเต็มที่โดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันปัญหาหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นด้วยการกวดขันในเรื่องกฎ ระเบียบ ส่งเสริมให้มีความสามัคคี นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของพื้นที่ ซึ่งถือว่าเป็นการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### อภิปรายผลการวิจัย

#### 1. อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.4 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพการสมรสโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 27.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 41.5 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทักษิณา คุณารักษ์ (2544) ที่พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อการบริการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และยังถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวด้วย

#### 2. อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมมารมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรมมารมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว เลือกท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ และสถานที่พักแรมเป็นโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิลาสินี นิยมไทย (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน และเลือกท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ และสถานที่พักแรมเป็นโรงแรม

พฤติกรรมมารมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการไปชมอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ใจแก้ว แถมเงิน และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รายงานการวิจัยการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ยังคง



มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย สามารถมาเที่ยวได้  
ทุกฤดูกาล มีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมาย

พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม  
จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถบัส  
คณะทัวร์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ กิรติ กิตติประภานันท์ และ  
คณะ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการ  
ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลา  
โดยรถบัสเช่นเดียวกัน

พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม  
จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านเป็นเพื่อน  
ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทักษิณา คุณารักษ์ (2544) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปกับ  
ครอบครัวและเพื่อน

### 3. อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยว  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ของนักท่องเที่ยว พบว่า  
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยประเด็น  
ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว  
ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคา  
อาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยว  
ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการ  
ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ  
คือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ  
อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะ  
ทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านช่องทาง  
การจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ  
มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นข้อมูลได้อย่างสะดวก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้อง  
กับการศึกษาของ รัตตินันท์ วุฒิโรจน์โกสิน และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรม  
นักท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์  
ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ  
ด้านที่พัก ด้านสถานที่ และด้านราคา ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวมีระดับความ

พึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดในระดับมาก และด้านกระบวนการการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

แต่ในการศึกษาคั้งนี้ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ รัตตินันท์ วุฒิโรจน์โกสิน และคณะ (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเกิดจากการที่การศึกษาของ รัตตินันท์ วุฒิโรจน์โกสิน และคณะ (2554) เลือกลงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย สูงกว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

#### 4. อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

อายุ สถานภาพการสมรส และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกด้านสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อายุ สถานภาพการสมรส และอาชีพที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเกิดจากการที่ในการศึกษาของ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ และการศึกษาครั้งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่นเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ ละเอียด คิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พบว่า สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเกิดจากการศึกษาของ ละเอียต คิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์ (2558) แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ศึกษานั้นเป็นการศึกษาเชิงนิเวศ ทำให้กิจกรรมที่ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันในบางด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้อธิบายลักษณะด้านประชากรมีความสำคัญต่อการบริการด้านการตลาด ซึ่งปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ควรให้ความสนใจ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

5. อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

ผลจากการสัมภาษณ์ภาคีรัฐและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านการตลาดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นคนไทยและเริ่มที่จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านเริ่มเข้ามาท่องเที่ยวบ้างแล้วแต่ยังมีจำนวนไม่มาก ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวควรปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ป้ายบอกทาง บุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ ให้พอเพียง เพื่อเตรียมรองรับการเพิ่มของนักท่องเที่ยวในอนาคต ด้านงบประมาณควรจัดโครงการเพื่อรณรงค์ขอสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรอื่น ๆ เพื่อนำมาสนับสนุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากงบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐยังมีจำนวนไม่เพียงพอ ด้านผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมควรจัดให้การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน นอกจากนี้ยังควรจัดโครงการเพื่อปลูกจิตสำนึกเพื่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับประชาชน ตลอดจนนักท่องเที่ยว ส่วนด้านผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีนั้น ควรมีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ตลอดจนจัดทำโครงการปลูกจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของพื้นที่ เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ จากผลการศึกษาดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุบลราชธานี ควรมีการจัดทำเอกสารที่ใช้ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีในจังหวัด นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2. นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม จากผลการศึกษาดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการบริการการท่องเที่ยวควรมีการจัดป้ายแจ้งค่าบริการเกี่ยวกับ ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขง เพื่อป้องกันปัญหาเกี่ยวกับการคิดค่าโดยสารเกินกว่าราคาที่กำหนด โดยภาครัฐตรวจสอบมาตรฐานการกำหนดราคาบริการด้วย

3. นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจำหน่าย ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ มีการจัดรายการเพื่อเหมาะจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม ดังนั้น จากผลการศึกษาดังกล่าวหน่วยงานของรัฐโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด และผู้ประกอบการบริการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายในลักษณะเหมาะจ่าย หรือซื้อเป็นแพคเกจเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดอุบลราชธานี ให้หลากหลายและกระจายไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดด้วย

4. นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีอย่างชัดเจนตลอดเส้นทางท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี ควรมีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อปรับปรุงป้ายบอกทางเพิ่มมากขึ้นให้เพียงพอ

5. นักท่องเที่ยวต้องการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ

และมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี ควรมีการจัดฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่มีอยู่หรือเพิ่มบุคลากรตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพียงพอหรือควรมีการตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวกและทั่วถึง

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติผาแต้ม มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวอื่น จากผลการศึกษาดังกล่าว ภาครัฐควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติผาแต้ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกสถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นรีสอร์ทและโรงแรมเป็นหลัก จากผลการศึกษาดังกล่าวในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการให้เลือกที่พักในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงปัจจัยที่มีผลการเลือกใช้ที่พักในจังหวัดอุบลราชธานี

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกมากที่สุด ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

4. ปัจจัยด้านบุคลากรประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการของบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยว

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **ความหมายของการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก [http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010002/Unit\\_3/Unit\\_3\\_4.htm](http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010002/Unit_3/Unit_3_4.htm)
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558**. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก [https://www.m-society.go.th/article\\_attach/14254/17999.pdf](https://www.m-society.go.th/article_attach/14254/17999.pdf)
- กรมป่าไม้. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2558, จาก [http://www.forest.go.th/permission/index.php?option=com\\_content&view=article&id=302&Itemid=411&lang=th](http://www.forest.go.th/permission/index.php?option=com_content&view=article&id=302&Itemid=411&lang=th)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2541). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2541**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2558, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2>
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2540). **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- กฤษฎา ภัคดีอุทธรณ์. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านนา อำเภอสามเงา จังหวัดตาก**. วิทยานิพนธ์ ร.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.



- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). **การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชนโดยถือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง.**  
กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำนักพัฒนา  
แหล่งท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: ศรีเมืองการพิมพ์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2541). **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กীরติ กิตติประภานันท์ และคณะ (2556). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ  
การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, สงขลา.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทัช วรรณถนอม (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). **ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา.**  
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชาญชัย ชื่นรำพันธุ์. (2552). **แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่  
เทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์ ร.ม.,  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2554). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- ชาวลิต ลิทธิฤทธิ์ และคณะ. (2545). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างมีส่วนร่วม  
ตำบลกรุงชิง.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่  
เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- ทศพล ชื่นอุปการนันท์. (2549). **แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์  
เมืองเก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
กรุงเทพฯ.
- ทักษิณา คุณารักษ์. (2544). **การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว.** เชียงใหม่:  
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ทักษิณา คุณนารีรักษ์. (2544). **ปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของเยาวชนไทย**  
**กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี.** วิทยานิพนธ์ ปร.ด., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,  
 เชียงใหม่.
- เทพพิทักษ์ เครือชัย. (2553). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินด่าง องค์การ**  
**บริหารส่วนตำบลห้วยซำ อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี.**  
 วิทยานิพนธ์ ร.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ธงชัย สิ้นติวงษ์. (2540). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์,
- นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต. (2552). **กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง**  
**ในการส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัด**  
**นครราชสีมา.** วิทยานิพนธ์ ค.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นครราชสีมา.
- นิคม จารุมณี (2535). **การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ:  
 โรงพิมพ์การศาสนา,
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2544). **โครงการทักษะการทำงานและปัจจัยเงื่อนไขใน**  
**การพัฒนาทักษะการทำงานของแรงงาน ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น**  
**:การศึกษาในกลุ่มประชาคม (Civic group) ภาคเหนือตอนบน.** นครปฐม:  
 มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** เชียงใหม่:  
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศ**  
**ไทย กรุงเทพมหานคร,** กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด.
- ประมะ สตะเวทิน. (2542). **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี.** กรุงเทพฯ:  
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. (2552). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิง**  
**อนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัด**  
**สมุทรปราการ.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ศศ.ม., สาขาการจัดการการท่องเที่ยว,  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พงศกร ชาวเชียงตุง. (2550). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณลำน้ำชี**  
**จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.



- พรชัย กิตติศักดิ์เสรี. (2550). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณชายทะเลบ้านสีลิ่ง ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: พี.พี.ปริ้นซ์.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2554). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รชพร จันทร์สว่าง. (2546). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัตตินันท์ วุฒิโรจน์โกสิน และคณะ. (2554). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ในอำเภอมัฆวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., วิทยาลัยดุสิตธานี, กรุงเทพฯ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- ละเอียด ศิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนสละอาทิพย์อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, 10(2), 47-59.
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2549). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2558, จาก : [http://www.etatjournal.com/upload/120/25491\\_3.pdf](http://www.etatjournal.com/upload/120/25491_3.pdf)
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). **การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (เชิงสำรวจและเชิงทดลอง)**. กรุงเทพฯ: บางกอกบลูพริ้นติ้ง.
- ลีติก ฤทธิเนติกุล และคณะ. (2547). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านหัวรินอำเภอมะม่วง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขากระทรวงการพัฒนาสังคมและมั่นคงของมนุษย์.
- วัชพล อินันท์. (2553). **บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่แวน อำเภอฟ้า จังหวัดเชียงใหม่ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

- วิลาสินี นิยมไทย. (2557). **ความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงแรมของนักท่องเที่ยว**  
**พัทยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- ศรัญญา หงษ์แพง. (2554). **แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความ**  
**พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยาน**  
**แห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.
- ศักดิ์ศิริ นันตะสุข, สมนึก ขวัญเมือง และอาวุธ ปะเมโท. (2550). **โครงการการพัฒนา**  
**ศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในกลุ่มจังหวัด**  
**อีสานใต้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์. (2543). **สังคมวิทยาและมนุษย์วิทยาเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: กิ่งจันทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: พิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสิเนส เวิร์ล.
- สมาคมการตลาดท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สรุปสถานการณ์**  
**การท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558**. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก  
[https://www.m-society.go.th/article\\_attach/14254/17999.pdf](https://www.m-society.go.th/article_attach/14254/17999.pdf)
- สฤกษ์ แสงอรัญญา (2558). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, จาก  
[http://www.dnp.go.th/parkreserve/Np/Html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/parkreserve/Np/Html/Tour/Eco_Tour.html)
- สามแยกชาวบ้าน. (2550). **คู่มือการมีส่วนร่วมภาคประชาชนเกี่ยวกับหน้าที่สาธารณะของ**  
**องค์กรปกครองท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- สำนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). **โครงการศึกษาจัดทำแผนแม่บท**  
**เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตย**  
**ประชาชนลาว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สิรินทิพย์ พันธุ์มัทวาท. (2552). **การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**  
**วัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ วธ.บ., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,  
มหาสารคาม.
- สุชาดา กรเพชรปาณี และคณะ. (2550). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการ**  
**ผลกระทบจากการท่องเที่ยวชมหิ้งห้อยคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาสารคามวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

- สุภาพร คำภีระ. (2554). การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์หมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควร อำเภอปง จังหวัดพะเยา พุทธศักราช 2551. วิทยานิพนธ์ ร.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวอร์ด.
- เสวี เวชบุษกร. (2538). **สวนนันทนาการและสื่อความหมาย**. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, จาก [http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html)
- อารีรัตน์ แดงบุญมา. (2551). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเพชรโพธิ์ทอง อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว. ปัญหาพิเศษ ร.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
- อุทัยวรรณ ลิมปชยพร. (2550). การศึกษาความเข้มแข็งขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.
- Boo, Elizabeth. (1990). **Ecotourism: The Potential and Pitfalls**. Washington, D.C.: World Wildlife Fund.
- Ceballos-Lascurain, Hector. (1991). Tourism, Ecotourism and Protected Area. **Parks**, 2(3).
- DeFleur, Melvin L. (1996). **Theories of Mass Communication**. Boston: Houghton Mifflin.
- The Ecotourism Society. (1991). **TIES Announces Ecotourism Principles Revision**. Retrieved October 11, 2015, from <https://www.ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision>



ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ ในการหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

**ตอนที่ 4** ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

พศวรรตร์ วรพันธ์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ( ) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 20-30 ปี  
 ( ) 3. 31-40 ปี ( ) 4. 41-50 ปี  
 ( ) 5. 51-60 ปี ( ) 6. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพการสมรส

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส  
 ( ) 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. การศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
 ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ  
 ( ) 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 4. พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง  
 ( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ( ) 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ไม่เกิน 15,000 บาท ( ) 2. 15,001-20,000 บาท  
 ( ) 3. 20,001-25,000 บาท ( ) 4. 25,001-30,000 บาท  
 ( ) 5. 30,001-35,000 บาท ( ) 6. 35,001-40,000 บาท  
 ( ) 7. มากกว่า 40,000 บาท

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว  
ยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าตัวเลข ข้อความที่ท่านต้องการเลือก หรือ  
เขียนข้อความลงในช่องว่างตามที่สอดคล้องกับความจริงของท่านมากที่สุด  
เพียงคำตอบเดียว

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางของท่านในการเดินทางมา อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้

- |                           |                               |
|---------------------------|-------------------------------|
| ( ) 1. เพื่อการท่องเที่ยว | ( ) 2. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ |
| ( ) 3. เพื่อการนันทนาการ  | ( ) 4. เพื่อทัศนศึกษา         |
| ( ) 5. เพื่อศึกษาดูงาน    | ( ) 6. เพื่อร่วมประชุมสัมมนา  |

2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมในครั้งนี้

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| ( ) 1. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม | ( ) 2. อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ |
| ( ) 3. แม่น้ำสองสี          | ( ) 4. เขื่อนปากมูล           |
| ( ) 5. น้ำตกแสงจันทร์       | ( ) 6. น้ำตกสร้อยสวรรค์       |
| ( ) 7. น้ำตกทุ่งนาเมือง     | ( ) 8. วัดถ้ำคูหาสวรรค์       |
| ( ) 9. น้ำตกตาดโตน          |                               |

3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| ( ) 1. รถจักรยานยนต์  | ( ) 2. รถโดยสารประจำทาง |
| ( ) 3. รถยนต์ส่วนบุคคล  | ( ) 4. รถบัสคณะทัวร์    |
| ( ) 6. รถรับจ้างท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ เช่น สามล้อ สกายแล็บ เป็นต้น |                         |

4. ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักของท่านมาถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้

- |                  |                               |
|------------------|-------------------------------|
| ( ) 1. 1 ชั่วโมง | ( ) 2. 1 ชั่วโมง 30 นาที      |
| ( ) 3. 2 ชั่วโมง | ( ) 4. 2 ชั่วโมง 30 นาที      |
| ( ) 5. 3 ชั่วโมง | ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

5. บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้

- |                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| ( ) 1. เพื่อน   | ( ) 2. สามเณร/ภรรยา |
| ( ) 3. ครอบครัว | ( ) 4. ญาติ         |

6. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียมสำหรับครั้งนี้

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| ( ) 1. ครึ่งวัน | ( ) 2. 1 วัน             |
| ( ) 3. 2 วัน    | ( ) 4. 3 วัน หรือมากกว่า |

7. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน

- ( ) 1. วันจันทร์-วันศุกร์ ( ) 2. วันหยุดสุดสัปดาห์  
( ) 3. วันหยุดเทศกาล ( ) 4. วันหยุดพักผ่อนประจำปี

8. สถานที่พักแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้

- ( ) 1. กางเต็นท์ ( ) 2. รีสอร์ท  
( ) 3. บ้านพักของหน่วยราชการ ( ) 4. โฮมสเตย์  
( ) 5. โรงแรม

9. งบประมาณที่คาดว่าจะ จะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่อำเภอโขงเจียมในครั้งนี้ (ไม่รวมค่าเดินทางและที่พัก)

- ( ) 1. ต่ำกว่า 500 บาท ( ) 2. 501-1,000 บาท  
( ) 3. 1,001-2,000 บาท ( ) 4. มากกว่า 2,000 บาท

**ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**

**คำชี้แจง:** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องซึ่งตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับ  
ความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

ลักษณะของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการพัฒนา ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว</b>					
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ความมั่งคั่งตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว					
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม					
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของ นักท่องเที่ยว					
<b>ด้านราคา</b>					
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน					
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					



ลักษณะของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการพัฒนา ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม					
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม					
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ					
<b>ช่องทางการจำหน่าย</b>					
1. มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว					
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่พักแรมประเภทออนไลน์					
3. มีการจัดรายการเพื่อแจกจ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตรเข้าชม					
4. มีความรวดเร็วในการซื้อบริการการท่องเที่ยว					
5. มีการแยกประเภทร้านค้าในการจำหน่ายสินค้า					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลฯ อย่างชัดเจนตลอดทาง					
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก					
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว					
4. ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น					
5. ต้องการให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม					

ลักษณะของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการพัฒนา ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านบุคลากร</b>					
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการในสถาน ท่องเที่ยวมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ					
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ					
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจใน การให้บริการ					
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว					
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและ สุภาพในการให้บริการ					
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยว					
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินใน แหล่งท่องเที่ยว					
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการ บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว					
5. มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว					
<b>ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ</b>					
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีความเพียงพอ					
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว					

ลักษณะของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการพัฒนา ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความต้องการ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการบริการ					
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง					

**ตอนที่ 4** ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



## ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

#### เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ประกอบไปด้วย

1. หน่วยงานองค์กรภาครัฐ จำนวน 12 คน

2. ตัวแทนภาคชุมชน จำนวน 5 คน

ภายใต้หัวข้อท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ท่านทราบหรือไม่ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเป็นใคร มาจากที่ไหนบ้าง

2. ท่านทราบหรือไม่ ศักยภาพภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง เพื่อรองรับต่อการมาของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต

3. ในการพัฒนาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านใดบ้าง เพื่อมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4. ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขต อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา ภาครัฐ มีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

5. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวมีผลก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ทั้งด้านบวกและด้านลบหรือไม่ ภาครัฐมีการศึกษาหรือวางแผนรองรับในด้านใดบ้าง

พศวรรตรี วรพันธ์

ภาคผนวก ค ภาพประกอบแหล่งท่องเที่ยว



ภาพ 2 อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพ 3 ลานเสาเฉลียง อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี





ภาพ 4 อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพ 5 จุดชมวิว แม่น้ำสองสี



ภาพ 6 น้ำตกแสงจันทร์ หรือน้ำตกรงรุ



ภาพ 7 เขื่อนปากมูล





ภาพ 8 น้ำตกตาดโตน

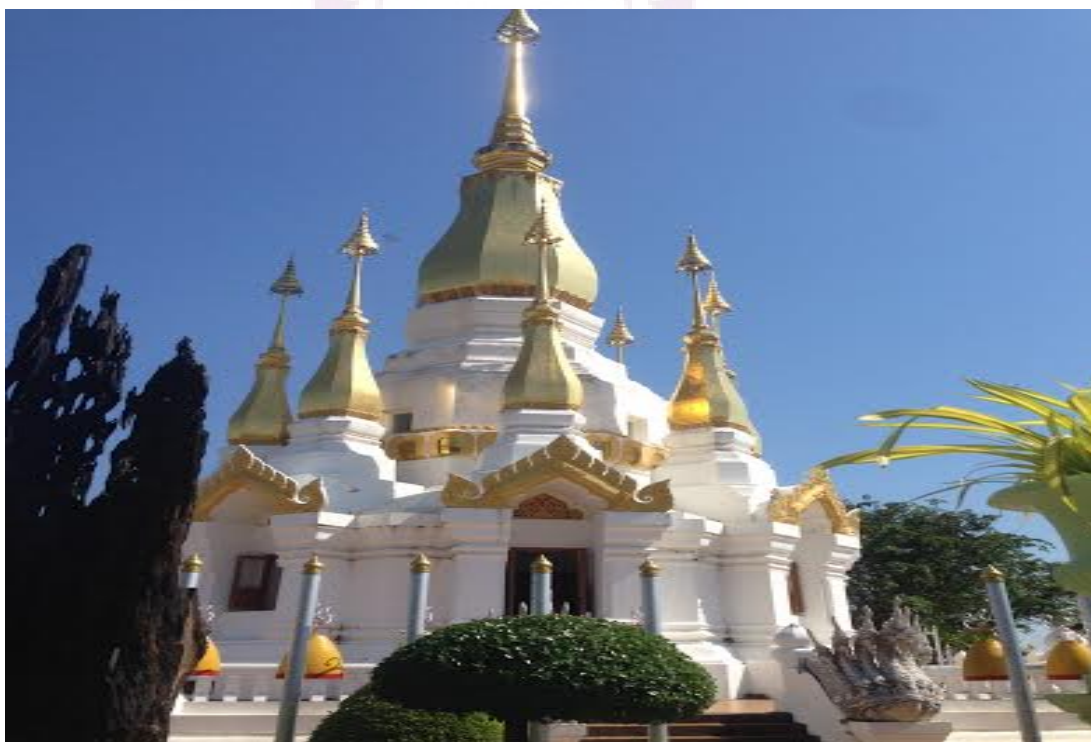


ภาพ 9 น้ำตกห้วยนาเมือง





ภาพ 10 ทางเข้าน้ำตกสร้อยสวรรค์



ภาพ 11 วัดถ้ำคูหาสวรรค์

ประวัติผู้วิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	พศวรรตร์ วรพันธ์
วัน เดือน ปี เกิด	28 กรกฎาคม 2516
ที่อยู่ปัจจุบัน	1/241 กรีนคอนโด 2 ซอยปทุมณวิถี 47 ถนนสุขุมวิท 101 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	มัคคุเทศก์อิสระภาษาเวียดนาม, ภาษาอังกฤษ
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2537	รับราชการทหาร
พ.ศ. 2546	มัคคุเทศก์อิสระ และล่าม ภาษาเวียดนาม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	ศศ.บ. (ศิลปศาสตรบัณฑิต) โปรแกรมวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

