

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อช้างจังหวัดสุรินทร์" มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อช้างจังหวัดสุรินทร์

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 200 คน รวม 400 คน ได้แบบสอบถามคืนกลับมาทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และทำการรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อโดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสมมติฐานข้อที่ 1 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ในกรณีการเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) สมมติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square) และสมมติฐานข้อที่ 3 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตาราง ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิลำเนา ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 1-2

ตาราง 1 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	65	32.50
หญิง	135	67.50
รวม	200	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	34	17.00
21 - 30 ปี	94	47.00
31 - 40 ปี	25	12.50
41 - 50 ปี	41	20.50
51 ขึ้นไป	6	3.00
รวม	200	100.00
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	76	38.00
ปริญญาตรี	109	54.50
สูงกว่าปริญญาตรี	15	7.50
รวม	200	200

ตาราง 1 (ต่อ)

4. อาชีพ		
ข้าราชการ	40	20.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	6.00
ธุรกิจส่วนตัว	39	19.50
พนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน	45	22.50
นักเรียน / นักศึกษา	50	25.00
อื่น ๆ	14	7.00
รวม	200	100.00
5. รายได้ต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	93	46.50
10,000 - 20,000	49	24.50
20,001 - 30,000	35	17.50
ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	23	11.50
รวม	200	100.00
6. ภูมิลำเนา		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	149	75.50
ภาคกลาง	41	20.50
ภาคเหนือ	1	0.50
ภาคใต้	5	2.50
ภาคตะวันออก	4	2.00
ภาคตะวันตก	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 วุฒิการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 อาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 93 คน

คิดเป็นร้อยละ 46.50 และมีภูมิฐานะส่วนใหญ่อยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50

ตาราง 2 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	107	53.50
หญิง	93	46.50
รวม	200	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	53	26.50
21-30 ปี	37	18.50
31-40 ปี	25	12.50
41-50 ปี	61	30.50
51 ขึ้นไป	24	12.00
รวม	200	100.00
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	82	41.00
ปริญญาตรี	80	40.00
สูงกว่าปริญญาตรี	38	19.00
รวม	200	100.00
4. อาชีพหลัก		
ข้าราชการ	38	19.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	17.50
ธุรกิจส่วนตัว	15	7.50
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	74	37.00

ตาราง 2 (ต่อ)

นักเรียน / นักศึกษา	31	15.50
อื่นๆ	7	3.50
รวม	200	100.00
5. รายได้ต่อเดือน (ดอลลาร์)		
ต่ำกว่า 3,000	56	28.00
3,001- 4,000	46	23.00
4,001- 5,000	54	27.00
ตั้งแต่ 5,001 ขึ้นไป	44	22.00
รวม	200	100.00
6. ภูมิลำเนา (ทวีป)		
อเมริกาเหนือ	48	24.00
อังกฤษ	55	27.50
ออสเตรเลีย / นิวซีแลนด์	35	17.50
ยุโรป	53	26.50
อื่นๆ	9	4.50
รวม	200	100.00

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 อายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 อาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 ดอลลาร์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ประเทศอังกฤษ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว และที่พักแรมในการมาเที่ยว รายละเอียดดังแสดงในตาราง 3 - 4

ตาราง 3 แสดงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว		
ครั้งแรก	63	31.50
2 ครั้ง	28	14.00
3 ครั้ง	11	5.50
มากกว่า 3 ครั้ง	98	49.00
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว		
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	41	20.50
อินเทอร์เน็ต	17	8.50
เอกสาร / แผ่นพับ	8	4.00
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารการท่องเที่ยว	7	3.50
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	70	35.00
ป้ายโฆษณา	48	24.00
อื่นๆ	9	4.50
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	11	5.50
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	31	15.50
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	17	8.50
ความสนใจพิเศษ	22	13.50

ตาราง 3 (ต่อ)

4. มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว		
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	48	24.00
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	31	15.50
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	77	38.50
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	37	18.50
อื่นๆ	7	3.50
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว		
มาส่วนตัว	36	18.00
มากับครอบครัว / มากับญาติ	74	37.00
มากับบริษัทนำเที่ยว	10	5.00
มากับเพื่อน	75	37.00
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	5	2.50
อื่นๆ	0	0.00
6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว		
คนเดียว	7	3.50
2 คน	28	14.00
3 คน	31	15.50
มากกว่า 3 คน	134	67.00
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	128	64.00
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	18	9.00
รถไฟ	19	9.50
รถนำเที่ยว	11	5.50
เครื่องบิน	1	0.50
รถจักรยานยนต์	23	11.50

ตาราง 3 (ต่อ)

8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว		
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	99	49.50
โรงแรม	40	20.00
รีสอร์ท / เกสต์เฮาส์ / บังกะโล	16	8.00
บ้านพักรับรอง	4	2.00
โฮมสเตย์	0	0.00
อื่นๆ	41	20.50
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว		
1 วัน	62	31.00
2 วัน	77	38.50
3 วัน	36	18.00
มากกว่า 3 วัน	25	12.50
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว (บาท)		
ต่ำกว่า 1,000	41	20.50
1,000 - 2,000	60	30.00
2,001 - 3,000	37	18.50
3,001 - 4,000	27	13.50
4,001 - 5,000	10	5.00

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์ในการมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.5 ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยวจากเพื่อน / ญาติ พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 35 วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 55.5 มุลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว คือ เพื่อต้องการรู้คุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์ คิดเป็นร้อยละ 38.5 การเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่มาจกครอบครัว / มาจกญาติ คิดเป็นร้อยละ 37 จำนวน

สมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว มากกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ยานพาหนะในการมาเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 64 ที่พักแรมส่วนใหญ่พักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ คิดเป็นร้อยละ 49.5 ระยะเวลาในการมาเที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และค่าใช้จ่ายในมาเที่ยวอยู่ที่ 1,000 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30

ตาราง 4 แสดงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว		
ครั้งแรก	63	31.50
2 ครั้ง	28	14.00
3 ครั้ง	11	5.50
มากกว่า 3 ครั้ง	98	49.00
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว		
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	44	22.00
อินเทอร์เน็ต	61	30.50
เอกสาร / แผ่นพับ	16	8.00
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารการ ท่องเที่ยว	42	21.00
เพื่อน / ญาติพี่น้อง	28	14.00
ป้ายโฆษณา	9	4.50
อื่นๆ	0	0.00
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	48	24.00
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	57	28.50
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	23	11.50
ความสนใจพิเศษ	58	29.00
อื่นๆ	14	7.00

ตาราง 4 (ต่อ)

4. มวลเหตุจริงใจในการมาเที่ยว		
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	55	27.50
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	55	27.50
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	24	12.00
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	53	26.50
อื่นๆ	13	6.50
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว		
มาส่วนตัว	47	23.50
มากับครอบครัว/มากับญาติ	54	27.00
มากับบริษัทนำเที่ยว	14	7.00
มากับเพื่อน	74	37.00
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	11	5.50
อื่นๆ	0	0.00
6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว		
คนเดียว	53	26.50
2 คน	57	28.50
3 คน	37	18.50
มากกว่า 3 คน	53	26.50
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	35	17.50
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	50	25.00
รถไฟ	65	32.00
รถนำเที่ยว	50	25.00

ตาราง 4 (ต่อ)

8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว		
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	36	18.00
โรงแรม	47	23.50
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	18	9.00
บ้านพักรับรอง	70	35.00
โฮมสเตย์	25	12.50
อื่นๆ	4	2.00
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว		
1 วัน	51	25.50
2 วัน	62	31.00
3 วัน	37	18.50
มากกว่า 3 วัน	50	25.00
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว (ดอลลาร์)		
ต่ำกว่า 50	37	18.50
51 - 100	67	33.50
101 - 150	29	14.50
151 - 200	26	13.00
มากกว่า 200	41	20.50

จากตาราง 4 ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีประสบการณ์ในการเดินทางมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49 ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 30.5 วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว คือ ความสนใจพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 29 มุ่งเหตุจูงใจในการมาเที่ยวเพื่อต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 37 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 เดินทางโดยรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 32 ที่พักแรมที่บ้านพัก

รับรอง คิดเป็นร้อยละ 35 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 31 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 51 - 100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 35.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รายละเอียดดังแสดงในตาราง 5-14

ตาราง 5 แสดงความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว			
1. ท่าเลที่ตั้งมีความเหมาะสม / การเดินทางเข้าถึงสะดวก	3.27	0.99	ปานกลาง
2. จุดจำหน่ายบัตรมีความเหมาะสม / สะดวกต่อการซื้อ	3.02	1.00	ปานกลาง
3. พื้นที่สะอาด / ทัศนียภาพร่มรื่น / ประดับตกแต่งสวยงาม	2.71	1.13	ปานกลาง
4. ที่นั่งมีความเหมาะสม / สะอาด / ปลอดภัย	2.69	1.19	ปานกลาง
5. ระบบกระจายเสียงชัดเจน ได้ยินโดยทั่วถึง	3.36	1.02	ปานกลาง
6. ห้องน้ำ-ห้องสุขา สะอาด / สะดวก / เพียงพอต่อการใช้งาน	2.46	1.05	น้อย
7. จัดวางถังขยะตามจุดต่างๆ ได้เหมาะสม / เพียงพอการใช้งาน	2.51	1.01	น้อย
รวม	2.86	0.85	ปานกลาง

จากตาราง 5 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระบบกระจายเสียงที่มีความชัดเจนสามารถได้ยินโดยทั่วถึงอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 รองลงมา ได้แก่ ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม / การเดินทางเข้าถึงสะดวกอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 ในขณะที่มีความพึงพอใจต่อการจัดวางผังขยะตามจุดต่างๆ ที่ไม่เพียงพอต่อการใช้งานอยู่ในระดับน้อยเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 2.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01

ตาราง 6 แสดงความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว			
1. ทำเล - ที่ตั้งมีความเหมาะสม / การเดินทางเข้าถึงสะดวก	2.76	0.98	ปานกลาง
2. ที่ตั้งจุดจำหน่ายบัตร มีความเหมาะสม / สะดวกต่อการซื้อ	3.07	1.12	ปานกลาง
3. พื้นที่สะอาด / ทัศนียภาพร่มรื่น / ประดับตกแต่ง	3.40	1.29	ปานกลาง
4. ที่นั่ง มีความเหมาะสม / สะอาด ปลอดภัย	3.10	1.20	ปานกลาง
5. ระบบกระจายเสียง ชัดเจน ได้ยินโดยทั่วถึง	3.08	1.29	ปานกลาง
6. ห้องน้ำ - ห้องสุขาสะอาด / สะดวกเพียงพอต่อการใช้งาน	3.13	1.37	น้อย
7. จัดวางผังขยะตามจุดต่างๆ ได้เหมาะสม / เพียงต่อการใช้งาน	2.98	1.17	น้อย
รวม	3.07	0.47	ปานกลาง

จากตาราง 6 ผลการศึกษาคความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในพื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสะอาด / ทัศนียภาพร่มรื่น / การประดับตกแต่งอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 รองลงมา ได้แก่ ห้องน้ำ-ห้องสุขาสะอาด / สะดวกเพียงพอต่อการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 37 และมีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้ง ตลอดจนการเดินทางเข้าถึงสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98

ตาราง 7 แสดงความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว			
1. เจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตร/เจ้าหน้าที่ตำรวจเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย/เจ้าหน้าที่พยาบาลฯลฯ มีเพียงพอต่อการให้บริการ	3.30	0.96	ปานกลาง
2. การติดต่อ-ประสานงาน / สะดวก / รวดเร็ว	3.22	0.98	ปานกลาง
3. ใช้วาจาสุภาพ / เป็นมิตร / ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.58	0.90	มาก
4. มีความกระตือรือร้น / เอาใจใส่ / เต็มใจให้บริการ	3.34	1.00	ปานกลาง
5. ให้ข้อมูล-คำแนะนำได้ชัดเจน / ตอบข้อซักถามได้ตรงจุด	3.32	1.00	ปานกลาง
รวม	3.35	0.85	ปานกลาง

จากตาราง 7 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวในการใช้วาจาสุภาพ มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 รองลงมา ได้แก่ ความกระตือรือร้น / เอาใจใส่ / และเต็มใจให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ในขณะที่การประสาน-ติดต่อ การอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง แต่เป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98

**ตาราง 8 แสดงความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์**

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว			
1. เจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตร / เจ้าหน้าที่ตำรวจเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัย / เจ้าหน้าที่พยาบาล ฯลฯ มีเพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.32	1.29	ปานกลาง
2. การติดต่อ-ประสานงานสะดวก / รวดเร็ว	2.75	1.32	ปานกลาง
3. ใช้วาจาสุภาพ / เป็นมิตร / ยิ้มแย้มแจ่มใส	2.49	1.28	ปานกลาง
4. มีความกระตือรือร้น / เอาใจใส่ / เต็มใจให้บริการ	2.57	1.22	ปานกลาง
5. ให้ข้อมูล-คำแนะนำได้ชัดเจน / ตอบข้อซักถามได้ตรงจุด	2.56	1.30	ปานกลาง
รวม	2.74	0.62	ปานกลาง

จากตาราง 8 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.29 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตร / เจ้าหน้าที่ตำรวจ / เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย / เจ้าหน้าที่พยาบาล ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.29 รองลงมา ได้แก่ การประสาน-ติดต่อสะดวก / รวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.32 และมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวในการใช้วาจาสุภาพ / เป็นมิตร / ยิ้มแย้มแจ่มใสในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ย 2.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.28

ตาราง 9 แสดงความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
ต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว			
1. รูปแบบและวิธีการนำเสนอมีความน่าสนใจ / สอดคล้อง / ต่อเนื่อง	3.44	0.84	ปานกลาง
2. กิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม / มีให้ชมอย่าง หลากหลาย	3.42	0.94	ปานกลาง
3. เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น นั่งช้าง / ลอดท้องช้าง / เลี้ยงอาหารช้าง / ร่วมสนุกกับการแสดงของ ช้างฯลฯ	3.65	0.92	มาก
4. ผู้บรรยายมีน้ำเสียง / เทคนิค / สื่การบรรยายที่เร้าความ สนใจ	3.52	0.92	มาก
5. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.51	0.93	มาก
6. คุณประโยชน์ที่ได้รับ เช่น ประสบการณ์ / ความรู้ / สนุก/ เพลิดเพลิน	3.62	1.01	มาก
รวม	3.52	0.76	มาก

จากตาราง 9 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เช่น นั่งช้าง / ลอดท้องช้าง / เลี้ยงอาหารช้าง / ร่วมสนุกกับการแสดงของช้างฯลฯ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 รองลงมา ได้แก่ คุณประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยว เช่น ประสบการณ์ / ความรู้ / สนุก / แต่ในด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและมีให้ชมอย่างหลากหลายอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94

ตาราง 10 แสดงความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว			
1. รูปแบบและวิธีการนำเสนอมีความน่าสนใจ / สอดคล้อง / ต่อเนื่อง	2.17	1.07	ปานกลาง
2. กิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม / มีให้ชมอย่างหลากหลาย	2.91	1.20	ปานกลาง
3. เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น นั่งช้าง / ลอดท้องช้าง / เลี้ยงอาหารช้าง / ร่วมสนุกกับการแสดงของช้าง ฯลฯ	3.14	3.14	ปานกลาง
4. ผู้บรรยายมีน้ำเสียง / เทคนิค / สติการบรรยายที่สร้างความสนใจ	3.06	1.28	ปานกลาง
5. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	2.92	1.26	ปานกลาง
6. คุณประโยชน์ที่ได้รับ เช่น ประสบการณ์ / ความรู้ / สนุก / เพลิดเพลิน	2.85	1.11	ปานกลาง
รวม	2.84	0.52	ปานกลาง

จากตาราง 10 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น นั่งช้าง/ลอดท้องช้าง/เลี้ยงอาหารช้าง/ร่วมสนุกกับการแสดงของช้าง ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.38 รองลงมา ได้แก่ ผู้บรรยายมีน้ำเสียง/เทคนิค/สติการบรรยายที่สร้างความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.28 ในขณะที่รูปแบบและวิธีการนำเสนอมีความน่าสนใจ/

สอดคล้อง/ต่อเนื่องอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07

ตาราง 11 แสดงความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ			
1. ป้ายประชาสัมพันธ์,ป้ายข้อความ,ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ฯลฯ มีความเหมาะสม / สื่อความหมายได้ชัดเจน / เข้าใจง่าย	3.50	0.80	ปานกลาง
2. เส้นทางสัญจรไปสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสะดวกสบาย	3.10	0.99	ปานกลาง
3. จุดบริการข้อมูลท่องเที่ยว / จุดช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการติดต่อเพื่อขอรับบริการ	3.21	0.90	ปานกลาง
4. รถประจำทาง / รถรับจ้างท้องถิ่นมีเพียงพอและสะดวกต่อการให้บริการ	3.17	1.00	ปานกลาง
5. สถานที่สำหรับจอดรถมีความเหมาะสม / เพียงพอ / ปลอดภัย	2.83	1.17	ปานกลาง
6. ร้านขายอาหาร - เครื่องดื่ม / ร้าน ของฝาก-ของที่ระลึก / ร้านค้าสะดวกซื้อ / สินค้าพื้นบ้าน ฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการซื้อหา	3.47	0.98	ปานกลาง
รวม	3.21	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 11 ผลการศึกษาความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจป้ายประชาสัมพันธ์, ป้ายข้อความ, ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 รองลงมา ได้แก่ ร้านขายอาหาร-เครื่องดื่ม / ร้านของฝาก-ของที่

ระลึก / ร้านค้าสะดวกซื้อ / สินค้าพื้นบ้าน ฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการซื้อหาอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 และมีความพึงพอใจในเส้นทางสัญจรไปสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ย 3.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99

ตาราง 12 แสดงความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ			
1. ป้ายประชาสัมพันธ์, ป้ายข้อความ, ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ฯลฯ มีความเหมาะสม / สื่อความหมายได้ชัดเจน / เข้าใจง่าย	2.95	1.28	ปานกลาง
2. เส้นทางสัญจรไปสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสะดวกสบาย	2.94	1.27	ปานกลาง
3. จุดบริการข้อมูลท่องเที่ยว / จุดช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการติดต่อเพื่อขอรับบริการ	3.21	1.32	ปานกลาง
4. รถประจำทาง / รถรับจ้างท้องถิ่น มีเพียงพอและสะดวกต่อการใช้บริการ	2.85	1.28	ปานกลาง
5. สถานที่สำหรับจอดรถมีความเหมาะสม / เพียงพอ / ปลอดภัย	3.05	1.18	ปานกลาง
6. ร้านขายอาหาร-เครื่องดื่ม / ร้าน ของฝาก-ของที่ระลึก / ร้านค้าสะดวกซื้อ / สินค้าพื้นบ้าน ฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการซื้อหา	3.33	1.29	ปานกลาง
รวม	3.05	0.52	ปานกลาง

จากตาราง 12 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อช้างจังหวัดสุรินทร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจร้านขาย

อาหาร-เครื่องดื่ม / ร้านของฝาก-ของที่ระลึก / ร้านค้าสะดวกซื้อ / สินค้าพื้นบ้านฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการซื้อหาอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบน 1.29 รองลงมา ได้แก่ จุดบริการข้อมูลท่องเที่ยว / จุดช่วยเหลือนักท่องเที่ยวฯลฯ มีเพียงพอและสะดวกต่อการติดต่อเพื่อขอรับบริการอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.32 ในขณะที่รถประจำทางและรถรับจ้างท้องถิ่นมีเพียงพอและสะดวกต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ย 2.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.28

ตาราง 13 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ เป็นรายด้านและโดยรวม

ความพึงพอใจของของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	2.86	0.85	ปานกลาง
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	3.35	0.85	ปานกลาง
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	3.52	0.76	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.21	0.76	ปานกลาง
รวม	3.23	0.72	ปานกลาง

จากตาราง 13 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์รายด้านและโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวงานช่างจังหวัดสุรินทร์โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ในส่วนของรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 และความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ย 2.86 ส่วนเบี่ยงเบน 0.85

ตาราง 14 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์เป็นรายด้านและโดยรวม

ข้อความ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	3.07	0.47	ปานกลาง
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	2.74	0.62	ปานกลาง
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	2.84	0.52	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.05	0.52	ปานกลาง
รวม	2.92	0.29	ปานกลาง

จากตาราง 14 ผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของชาวต่างประเทศที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29 ในส่วนของรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรกโดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 3.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 2.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 และด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ย 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาสัมพันธ์พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยววัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว ดังตาราง 1-26

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย (n=65)		หญิง (n=135)		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว					
ครั้งแรก	14	21.50	49	36.30	P = .069
2 ครั้ง	14	21.50	14	10.40	
3 ครั้ง	4	6.20	7	5.20	
มากกว่า 3 ครั้ง	33	50.80	65	48.10	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว					
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	18	27.00	23	17.00	P = .081
อินเทอร์เน็ต	4	6.20	13	9.60	
เอกสาร/แผ่นพับ	0	0.00	8	5.90	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสาร	3	4.60	7	3.50	
ท่องเที่ยว					
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	17	26.20	53	39.30	
ป้ายโฆษณา	20	30.80	28	20.70	
อื่นๆ	3	4.60	6	4.40	

ตาราง 15 (ต่อ)

3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว					
เพื่อพักผ่อน	31	47.70	80	59.30	P = .062
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	11	16.90	20	14.80	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	9	13.80	8	5.90	
ความสนใจพิเศษ	9	13.80	18	13.30	
4. มูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว					
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	19	29.20	29	21.50	P = .062
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	15	23.10	16	11.90	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว/ การอนุรักษ์	17	26.20	60	44.40	
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	11	16.90	26	19.30	
อื่นๆ	3	4.60	4	3.00	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว					
มาส่วนตัว	10	15.40	26	19.30	P = .395
มากับครอบครัว / มากับญาติ	30	46.20	44	32.60	
มากับบริษัทนำเที่ยว	2	3.10	8	5.90	
มากับเพื่อน	21	32.30	54	40.00	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	2	31.10	3	2.20	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย (n=65)		หญิง (n=135)		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว					
คนเดียว	3	4.60	4	3.00	P = .199
2 คน	11	16.90	17	12.60	
3 คน	14	21.50	17	12.60	
มากกว่า 3 คน	37	56.90	97	71.90	
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว					
รถยนต์ส่วนตัว	43	66.20	85	63.00	P = .144
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	5	7.70	13	9.60	
รถไฟ	3	4.60	16	11.90	
รถนำเที่ยว	2	3.10	9	6.70	
เครื่องบิน	1	1.50	0	0.00	
รถจักรยานยนต์	11	16.90	12	8.90	
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว					
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	34	52.30	65	48.10	P = .535
โรงแรม	15	23.10	25	18.50	
รีสอร์ท / เกสต์เฮาส์ / บังกะโล	4	6.20	12	8.90	
บ้านพักรับรอง	0	0.00	4	3.00	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	
อื่นๆ	12	18.50	29	21.50	

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย (n=65)		หญิง (n=135)		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว					
1 วัน	18	27.70	44	32.60	P = .056
2 วัน	19	29.20	58	43.00	
3 วัน	16	24.60	20	14.80	
มากกว่า 3 วัน	12	18.50	13	9.60	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว					
ต่ำกว่า 1,000	8	12.30	33	24.40	P = .127
1,000 - 2,000	19	29.20	41	30.40	
2,001 - 3,000	13	20.00	24	17.80	
3,001 - 4,000	10	15.40	17	12.60	
4,001 - 5,000	2	3.10	8	5.90	
มากกว่า 5,000	13	20.00	12	8.90	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย (n=107)		หญิง (n=93)		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว					
ครั้งแรก	31	29.00	27	29.00	P = .220
2 ครั้ง	34	31.80	29	31.20	
3 ครั้ง	8	7.50	15	16.10	
มากกว่า 3 ครั้ง	34	31.80	22	23.70	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว					
หนังสือพิมพ์ / วิทย์ / โทรทัศน์	27	25.20	17	18.30	P = .496
อินเทอร์เน็ต	29	27.10	32	34.40	
เอกสาร / แผ่นพับ	7	6.50	9	9.70	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสาร	25	23.40	17	18.30	
ท่องเที่ยว					
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	13	12.10	15	16.10	
ป้ายโฆษณา	6	5.60	3	3.20	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว					
เพื่อพักผ่อน	26	24.30	22	23.70	P = .170
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	32	29.90	25	26.90	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	17	15.90	6	6.50	
ความสนใจพิเศษ	26	24.30	32	34.40	
อื่นๆ	6	5.60	8	8.60	

ตาราง 16 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ชาย (n=107)		หญิง (n=93)		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. มุมเหตุจริงใจในการมาเที่ยว					
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วย ตนเอง	27	25.20	28	30.10	P = .845
ต้องการศึกษาค้นคว้าทาง วัฒนธรรม	32	29.90	23	24.70	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	13	12.10	11	11.80	
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อื่นๆ	27	25.20	26	28.00	
อื่นๆ	8	7.50	5	5.40	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว					
มาส่วนตัว	26	24.30	21	22.60	P = .971
มากับครอบครัว / มากับญาติ	30	28.00	24	25.80	
มากับบริษัทนำเที่ยว	7	6.50	7	7.50	
มากับเพื่อน	39	36.40	35	37.60	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	5	4.70	6	6.50	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาเที่ยว					
คนเดียว	30	28.00	23	24.70	P = .157
2 คน	31	29.00	26	28.00	
3 คน	24	22.40	13	14.00	
มากกว่า 3 คน	22	20.60	31	33.30	

ตาราง 16 (ต่อ)

7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว					
รถยนต์ส่วนตัว	23	21.50	12	12.90	P = .232
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	27	25.20	23	24.70	
รถไฟ	29	27.10	36	38.70	
รถนำเที่ยว	28	26.20	22	23.70	
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว					
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	17	15.90	19	20.40	P = .555
โรงแรม	21	19.60	26	28.00	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	10	9.30	8	8.60	
บ้านพักรับรอง	41	38.30	29	31.20	
โฮมสเตย์	15	14.00	10	10.80	
อื่นๆ	3	2.80	1	1.10	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว					
1 วัน	24	22.40	27	29.00	P = .650
2 วัน	35	32.70	27	29.00	
3 วัน	22	20.60	15	16.10	
มากกว่า 3 วัน	26	24.30	24	25.80	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว(ดอลลาร์)					
ต่ำกว่า 50	18	16.80	19	20.40	P = .613
51 - 100	33	30.80	34	36.60	
101 - 150	15	14.00	14	15.10	
151 - 200	15	14.00	11	11.80	
มากกว่า 200	26	24.30	15	16.10	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=34)		21-30 (n=94)		31-40 (n=25)		41-51 (n=41)		51 ขึ้นไป (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว											
ครั้งแรก	5	14.70	40	42.60	8	32.00	9	22.00	1	16.70	P = .065
2 ครั้ง	4	11.80	9	9.60	7	28.00	7	17.10	1	16.70	
3 ครั้ง	3	8.80	3	3.20	2	8.00	3	7.30	0	0.00	
มากกว่า 3 ครั้ง	22	64.70	42	44.70	8	32.00	22	53.70	4	66.70	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว											
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	9	26.50	11	11.70	6	24.00	13	31.00	2	33.30	P = .006*
อินเทอร์เน็ต	0	0.00	7	7.40	3	12.00	7	17.10	0	0.00	
เอกสาร / แผ่นพับ	0	0.00	3	3.20	3	12.00	1	2.40	1	16.70	

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20		21-30		31-40		41-51		51 ขึ้นไป		Pearson chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	0	0.00	2	2.10	2	8.00	2	4.90	1	16.70	P = .006*
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	13	38.20	43	45.70	5	20.00	9	22.00	0	0.00	
ป้ายโฆษณา	12	35.30	23	24.50	5	20.00	7	17.10	1	16.70	
อื่นๆ	0	0.00	5	5.30	1	4.00	2	4.90	1	16.70	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว											
เพื่อพักผ่อน	21	61.80	61	64.90	9	36.00	17	41.50	3	5.00	P = .002*
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	7	20.60	9	9.60	4	16.00	11	26.80	0	0.00	
เพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน	1	2.90	5	5.30	4	16.00	5	12.20	2	33.30	
ความสนใจพิเศษ	5	14.70	15	16.00	2	8.00	4	9.80	1	16.70	
อื่นๆ	0	0.00	4	4.30	6	24.00	4	9.80	0	0.00	

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมภาคเรียนทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20		21-30		31-40		41-51		51 ขึ้นไป		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. มุ่งเหตุรู้งใจในการมาเที่ยว											
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเอง	10	29.40	24	25.50	9	36.00	4	9.80	1	16.70	
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	8	23.50	13	13.80	3	12.00	7	17.10	0	0.00	
ต้องการรู้คุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	12	35.30	38	40.40	6	24.00	18	43.90	3	50.00	P = .474
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	3	8.80	15	16.00	6	24.00	11	26.80	2	33.30	
อื่นๆ	1	2.90	4	4.30	1	4.00	1	2.40	0	0.00	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว											
มาส่วนตัว	2	5.90	18	19.10	5	20.00	9	22.00	2	33.30	P = .001*

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=34)		21-30 (n=94)		31-40 (n=25)		41-51 (n=41)		51 ขึ้นไป (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ		
มากับครอบครัว / มากับญาติ	15	44.10	25	26.60	11	44.00	20	48.80	3	50.00	
มากับบริษัทนำเที่ยว	1	2.90	1	1.10	5	20.00	3	7.30	0	0.00	
มากับเพื่อน	16	47.10	47	50.00	4	16.00	7	17.10	1	16.70	P = .001*
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	0	0.00	3	3.20	0	0.00	2	4.90	0	0.00	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว											
คนเดียว	0	.00	3	3.20	3	12.00	1	2.400	0	0.00	
2 คน	3	8.80	11	11.70	8	32.00	5	12.20	1	16.70	P = .108
3 คน	5	14.70	16	17.00	4	16.00	6	14.60	0	0.00	
มากกว่า 3 คน	26	76.50	64	68.10	10	40.00	29	70.70	5	83.30	

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=34)		21-30 (n=94)		31-40 (n=25)		41-51 (n=41)		51 ขึ้นไป (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
7. สถานพำนักในการมาเที่ยว											
รถยนต์ส่วนตัว	20	58.80	53	56.40	15	60.00	34	82.90	6	100.00	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	1	2.90	11	11.70	2	8.00	4	9.80	0	0.00	
รถไฟ	5	14.70	13	13.80	0	0.00	1	2.40	0	0.00	P = .000*
รถนำเที่ยว	1	2.90	1	1.10	7	28.00	2	4.90	0	0.00	
เครื่องบิน	1	2.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
รถจักรยานยนต์	6	17.60	16	17.00	1	4.00	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=34)		21-30 (n=94)		31-40 (n=25)		41-51 (n=41)		51 ขึ้นไป (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว											
	P = .000*										
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	17	50.00	55	58.50	13	52.00	11	26.80	3	50.00	P = .000*
โรงแรม	0	0.00	20	21.30	5	20.00	15	36.60	0	0.00	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	1	2.90	12	12.80	1	4.00	2	4.90	0	0.00	
บ้านพักชั่วคราว	1	2.90	2	2.10	0	0.00	0	0.00	1	16.70	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่นๆ	15	44.10	5	5.30	6	24.00	13	31.70	2	33.30	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว											
1 วัน	13	38.20	18	19.10	11	44.00	20	48.80	0	0.00	P = .017*
2 วัน	10	29.40	45	47.90	8	32.00	12	29.30	2	33.30	

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการเงินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=34)		21-30 (n=94)		31-40 (n=25)		41-51 (n=41)		51 ขึ้นไป (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ		
3 วัน	4	11.80	19	20.20	5	20.00	6	14.60	2	33.30	P = .017*
มากกว่า 3 วัน	7	20.60	12	12.80	1	4.00	3	7.30	2	33.30	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว (บาท)											
ต่ำกว่า 1,000	16	47.10	13	13.80	3	12.00	7	17.10	2	33.30	P = .015*
1,000-2,000	9	26.50	37	39.40	5	20.00	9	22.00	0	0.00	
2,001-3,000	2	5.90	18	19.10	7	28.00	8	19.50	2	33.30	
3,001-4,000	4	11.80	12	12.80	3	12.00	7	17.10	1	16.70	
4001-5,000	0	0.00	5	5.30	1	4.00	3	7.30	1	16.70	
มากกว่า 5,000	3	8.80	9	9.60	6	24.00	7	17.10	0	0.00	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัดอุประสงค์ในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสมการณ์ในการมาเที่ยว มุลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว และจำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว พบว่าไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้าง
จังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=53)		21-30 (n=37)		31-40 (n=25)		41-51 (n=61)		51 ขึ้นไป (n=24)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว											
ครั้งแรก	21	39.60	9	24.30	10	40.00	11	18.00	7	29.20	P = .245
2 ครั้ง	14	26.40	13	35.10	4	16.00	23	37.70	9	37.50	
3 ครั้ง	7	13.20	2	5.40	5	20.00	7	11.50	2	8.30	
มากกว่า 3 ครั้ง	11	20.80	13	35.10	6	24.00	20	32.80	6	25.00	

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20				21-30				31-40				41-51				51 ขึ้นไป				Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว																					
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	7	13.20	8	21.60	5	20.00	14	23.00	10	41.70											
อินเทอร์เน็ต	17	32.10	14	37.80	9	36.00	16	26.20	5	20.80										P = .409	
เอกสาร / แผ่นพับ	6	11.30	1	2.70	0	0.00	6	9.80	3	12.50											
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	14	26.40	8	21.60	6	24.00	12	19.70	2	8.30											
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	8	15.10	5	13.50	3	12.00	8	13.10	4	16.70											
ป้ายโฆษณา	1	1.90	1	2.70	2	8.00	5	8.20	0	0.00										P = .409	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00											

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20					51 ขึ้นไป					Pearson chi-square	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว												
เพื่อพักผ่อน	11	20.80	11	29.70	8	32.00	12	19.70	6	25.00		
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	16	30.20	14	37.80	5	20.00	18	29.50	4	16.70		P = .335
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	5	9.40	4	10.80	1	4.00	9	14.80	4	16.70		
ความสนใจพิเศษ	18	34.00	7	18.90	9	36.00	14	23.00	10	41.70		
อื่น	3	5.70	1	2.70	2	8.00	8	13.10	0	0.00		P = .335
4. มุมเหตุระงใจในการมาเที่ยว												
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	20	37.70	10	27.00	6	24.00	14	23.00	5	20.80		P = .654
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	15	28.30	13	35.10	6	24.00	14	23.00	7	29.20		

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=53)		21-30 (n=37)		31-40 (n=25)		41-51 (n=61)		51 ขึ้นไป (n=24)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	2	24.50	5	13.50	4	16.00	11	18.00	2	8.30	
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	13	24.50	6	16.20	7	28.00	18	29.50	9	37.50	
อื่นๆ	3	5.70	3	8.10	2	8.00	4	6.60	1	4.20	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	P = .037*										
มาส่วนตัว	11	20.80	4	10.80	11	44.00	15	24.60	6	25.00	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	13	24.50	11	29.70	3	12.00	17	27.90	10	41.70	
มากับบริษัทนำเที่ยว	2	3.80	2	5.40	2	8.00	4	6.60	4	16.70	P = .037*
มากับเพื่อน	22	41.50	20	54.10	7	28.00	21	34.40	4	16.70	

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=53)		21-30 (n=37)		31-40 (n=25)		41-51 (n=61)		51 ขึ้นไป (n=24)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	5	9.40	0	0.00	2	8.00	4	6.60	0	0.00	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว											
คนเดียว	9	17.00	9	24.30	7	28.00	19	31.10	9	37.50	
2 คน	17	32.10	12	32.40	4	16.00	19	31.10	5	20.80	P = .492
3 คน	10	18.90	8	21.60	5	20.00	12	19.70	2	8.30	
มากกว่า 3 คน	17	32.10	8	21.60	9	36.00	11	18.00	8	33.30	P = .492

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20				21-30				31-40				41-51				51 ขึ้นไป		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	(n=24)		
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว																			
รถยนต์ส่วนตัว	9	17.00	8	21.60	6	24.00	6	9.80	6	25.00									
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	8	15.10	11	29.70	7	28.00	20	32.80	4	16.70									
รถไฟ	19	35.80	13	35.10	7	28.00	19	31.10	7	29.20									
รถนำเที่ยว	17	32.10	5	13.50	5	20.00	16	26.20	7	29.20									
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว																			
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	8	15.10	9	24.30	5	20.00	11	18.00	3	12.50									
โรงแรม	13	24.50	7	18.90	6	24.00	14	23.00	7	29.20									

ตาราง 18 (ต่อ)

	ต่ำกว่า 20 (n=53)		21-30 (n=37)		31-40 (n=25)		41-51 (n=61)		51 ขึ้นไป (n=24)		Pearson chi- square
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ	จำนวน	จำนวน ร้อยละ		
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว											
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	3	5.70	1	2.70	5	20.00	7	11.50	2	8.30	
บ้านพักรับรอง	18	34.00	15	40.50	7	28.00	20	32.80	10	41.70	
โฮมสเตย์	10	18.90	4	10.80	2	8.00	7	11.50	2	8.30	P = .853
อื่น ๆ	1	1.90	1	2.70	0	0.00	2	3.30	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว											
1 วัน	14	26.40	6	16.20	8	32.00	19	31.10	4	16.70	
2 วัน	16	30.20	16	43.20	4	16.00	16	26.20	10	41.70	P = .143
3 วัน	6	11.30	7	18.90	8	62.00	9	14.80	7	29.20	
มากกว่า 3 วัน	17	32.10	8	21.60	5	20.00	17	27.90	3	12.50	

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 (n=53)		21-30 (n=37)		31-40 (n=25)		41-51 (n=61)		51 ขึ้นไป (n=24)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว (ดอลลาร์)											
51-100	12	22.60	12	32.40	8	32.00	26	42.60	9	37.50	
101-150	8	15.10	7	18.90	5	20.00	5	8.20	4	16.70	P = .015*
151-200	8	15.10	4	10.80	4	16.00	9	14.80	1	4.20	
มากกว่า 200	13	24.50	5	13.50	5	20.00	12	19.70	6	25.00	

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากต่างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว							
ครั้งแรก	15	19.70	38	34.90	10	66.70	
2 ครั้ง	12	15.80	16	14.70	0	0.00	P = .006*
3 ครั้ง	4	5.30	5	4.60	2	13.30	
มากกว่า 3 ครั้ง	45	59.20	50	45.90	3	20.00	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว							
หนังสือพิมพ์/วิทยุ/โทรทัศน์	18	23.70	19	17.40	4	26.70	
อินเทอร์เน็ต	1	1.30	13	11.90	3	20.00	P = .275
เอกสาร / แผ่นพับ	3	3.90	5	4.60	0	0.00	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมกรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	2	2.60	5	4.60	0	0.00	
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	27	35.50	37	33.90	6	40.00	
ป้ายโฆษณา	22	28.90	25	22.90	1	6.70	P = .275
อื่นๆ	3	3.90	5	.60	1	6.70	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว							
เพื่อพักผ่อน	38	50.00	65	59.60	8	53.30	
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	12	15.80	16	14.70	3	20.00	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	8	10.50	7	6.40	2	13.30	P = .725
ความสนใจพิเศษ	14	18.40	12	11.008	1	6.70	
อื่นๆ	4	5.30	9	.30	1	6.70	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. มุ่งหาความสุขใจในการมาเที่ยว							
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วย ตนเอง	22	28.90	25	22.90	1	6.70	
ต้องการศึกษา ค้นคว้าทางวัฒนธรรม	14	18.40	16	14.70	1	6.70	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	25	32.90	43	39.40	9	60.00	P = .280
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	14	18.40	19	17.40	4	26.70	
อื่น ๆ	1	13.00	6	5.50	0	0.00	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว							
มาส่วนตัว	12	15.80	19	17.40	5	33.30	P = .301

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	33	43.40	40	36.70	1	6.70	P = .301
มากับบริษัทหน้าเที่ยว	4	5.30	5	4.60	1	6.70	
มากับเพื่อน	26	34.20	41	37.60	8	53.30	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	1	1.30	4	3.70	0	0.00	
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว							
คนเดียว	3	3.90	3	2.80	1	6.70	P = .724
2 คน	13	17.10	12	11.00	3	20.00	
3 คน	9	11.80	20	18.30	2	13.30	
มากกว่า 3 คน	51	67.10	74	67.90	9	60.00	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว							
รถยนต์ส่วนตัว	49	64.50	69	63.30	10	66.70	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	4	5.30	14	12.80	0	0.00	
รถไฟ	8	10.50	7	6.40	4	26.70	P = .170
รถนำเที่ยว	5	6.60	5	4.60	1	6.70	
เครื่องบิน	1	1.30	0	0.00	0	0.00	
รถจักรยานยนต์	9	11.80	14	12.80	0	0.00	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว							
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	42	55.30	53	48.60	4	26.70	
โรงแรม	5	6.60	30	27.50	5	33.30	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	2	2.60	11	10.10	3	20.00	P = .000*
บ้านพักรับรอง	3	3.90	1	0.90	0	0.00	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่น ๆ	24	31.60	14	12.80	3	20.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว							
1 วัน	29	38.20	31	28.40	2	13.30	P = .191

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2 วัน	21	27.60	49	45.00	7	46.70	
3 วัน	14	18.40	18	16.50	4	26.70	
มากกว่า 3 วัน	12	15.80	11	10.10	2	13.30	P = .191
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว (บาท)							
ต่ำกว่า 1,000	21	27.60	18	16.50	2	13.30	
1,000 - 2,000	26	34.20	30	27.50	4	26.70	
2,001 - 3,000	10	13.20	27	24.80	0	0.00	P = .040*
3,001 - 4,000	10	13.20	12	11.00	5	33.30	

ตาราง 19 (ต่อ)

พฤติกรรมมารการเดิมทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4001-5,000	2	2.60	6	5.50	2	13.30	
มากกว่า 5,000	7	9.20	16	14.70	2	13.30	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว และระยะเวลาในการมาเที่ยว พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะพฤติกรรมทางท่องเที่ยวกับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
ที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมทางเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=82)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว							
ครั้งแรก	25	30.50	22	27.50	11	28.90	
2 ครั้ง	30	36.60	19	23.80	14	36.80	P = .335
3 ครั้ง	9	11.00	12	15.00	2	5.30	
มากกว่า 3 ครั้ง	18	22.00	27	33.80	11	28.90	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว							
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	17	20.70	18	22.50	9	23.70	P = .620
อินเทอร์เน็ต	24	29.30	22	27.50	15	39.50	

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=82)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เอกสาร / แผ่นพับ	5	6.10	7	8.80	4	10.50	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	20	24.40	19	23.80	3	7.90	
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	12	14.60	12	15.00	4	10.50	
ป้ายโฆษณา	4	4.90	2	2.50	3	7.90	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว							
เพื่อพักผ่อน	21	25.60	19	23.80	8	21.10	
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	26	31.70	22	27.50	9	23.70	P = .886
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	10	12.20	10	12.50	3	7.90	

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมทางตรงที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=82)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความสนใจพิเศษ	20	24.40	24	30.00	14	36.80	
อื่น	5	6.10	5	6.30	4	10.50	
4. มุ่งหาความรู้ใหม่							
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	26	31.70	19	23.80	10	26.30	
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	24	29.30	23	28.80	8	21.10	
ต้องการคุณค่าในภาพท่องเที่ยว / ภัตตาคาร	8	9.80	11	13.80	5	13.20	P = .692
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	17	20.70	24	30.00	12	31.60	
อื่นๆ	7	8.50	3	3.80	3	7.90	

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=82)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square P = .220
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
5. การเดินทางมาเที่ยว							
มาส่วนตัว	14	17.10	26	32.50	7	18.40	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	27	32.90	18	22.50	9	23.70	
มากับบริษัทนำเที่ยว	4	4.90	5	6.30	5	13.20	
มากับเพื่อน	31	37.80	27	33.80	16	42.10	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	6	7.30	4	5.00	1	2.60	
อื่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว							
คนเดียว	21	25.60	24	30.00	8	21.10	P = .112
2 คน	31	37.80	15	18.80	11	28.90	

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=62)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3 คน	11	13.40	20	25.00	6	15.80	
มากกว่า 3 คน	19	23.20	21	26.30	13	34.20	
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว							
รถยนต์ส่วนตัว	9	11.00	22	27.50	4	10.50	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	20	24.40	18	22.50	12	31.60	P = .170
รถไฟ	25	30.50	24	30.00	16	42.10	
รถนำเที่ยว	.28	34.10	16	20.00	6	15.80	
8. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว							
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	14	17.10	15	18.80	7	18.40	P = .023*

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=82)		ปริญญาตรี (n=80)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=38)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
โรงแรม	20	24.40	16	20.00	11	28.90	
รีสอร์ท / ภัตตาคาร / บังกะโล	7	8.50	7	8.80	4	10.50	
โฮมสเตย์	13	15.90	10	12.50	2	5.30	
อื่นๆ	1	1.20	3	3.80	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว							
1 วัน	17	20.70	28	35.00	6	15.80	
2 วัน	31	37.80	23	28.80	8	21.10	P = .037*
3 วัน	13	15.90	15	18.80	9	23.70	
มากกว่า 3 วัน	21	25.60	14	17.50	15	39.50	

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=34)		ปริญญาตรี (n=41)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=6)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 50 (ดอลลาร์)	17	20.70	16	20.00	4	10.50	P = .078
51-100	27	32.90	28	35.00	12	31.60	
101-150	6	7.30	17	21.30	6	15.80	
151-200	9	11.00	10	12.50	7	18.40	
มากกว่า 200	23	28.00	9	11.30	9	23.70	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การศึกษาสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว และระยะเวลาในการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวพบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1.ประสบการณ์ในการมา เที่ยว													
ครั้งแรก	12	30.00	2	16.70	12	30.80	23	51.10	11	22.00	3	21.40	
2 ครั้ง	5	12.50	3	25.00	8	20.50	5	11.10	6	12.00	1	7.10	P = .109
3 ครั้ง	5	12.50	1	8.00	0	0.00	1	2.20	3	6.00	1	7.10	
มากกว่า 3 ครั้ง	18	45.00	6	50.00	19	48.70	16	35.60	30	60.00	9	64.30	

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่น ๆ (n=14)	Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารใน การมาเที่ยว												
หนังสือพิมพ์/วิทยุ/โทรทัศน์	9	22.50	5	41.70	7	17.90	5	11.10	12	24.00	3	21.40
อินเทอร์เน็ต	8	20.00	1	8.30	1	2.60	6	13.30	0	0.00	1	7.10
เอกสาร / แผ่นพับ	1	2.50	0	0.00	4	10.30	2	4.40	0	0.00	1	7.10
หนังสือ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	3	7.50	1	8.30	0	0.00	2	4.40	0	0.00	1	7.10
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	11	27.50	2	16.70	13	33.30	20	44.40	20	40.00	4	28.60
ป้ายโฆษณา	6	15.00	2	16.70	11	28.20	7	15.60	18	36.00	4	28.60
อื่น ๆ	2	5.00	1	8.30	3	7.70	3	6.70	0	0.00	0	0.00

P = .030*

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว													
เพื่อพักผ่อน	17	42.50	6	50.00	17	43.60	32	71.10	28	56.00	11	78.60	
เพื่อศึกษาดูงาน/ทัศนศึกษา	8	20.00	1	8.30	4	10.30	2	4.40	14	28.00	2	14.30	
เพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน	5	12.50	2	16.70	5	12.80	2	4.40	3	6.00	0	0.00	P = .014*
ความสนใจพิเศษ	5	12.50	1	8.30	7	17.90	8	17.80	5	10.00	1	7.10	
อื่นๆ	5	12.50	2	16.70	6	15.40	1	2.20	0	0.00	0	0.00	
4. มุ่งแต่สนใจในการมาเที่ยว													
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	5	12.50	2	16.70	9	23.10	12	26.70	13	26.00	7	50.00	P = 235
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	7	17.50	2	16.70	6	15.40	5	11.10	11	22.00	0	0.00	

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการเงินทาง ทองเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)	Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ต้องการคุณค่าในการ ทองเที่ยว / การอนุรักษ์	18	45.00	2	16.70	16	41.00	17	37.80	20	40.00	4	28.60
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	9	22.50	4	33.30	7	17.90	9	20.00	5	10.00	3	21.40
อื่นๆ	1	2.50	2	16.70	1	2.60	2	4.40	1	2.00	0	0.00
5. ลักษณะการเดินทาง เที่ยว												
มาส่วนตัว	8	2.20	2	16.70	11	28.20	9	20.00	4	8.00	2	14.30
มากับครอบครัว / มากับญาติ	20	50.00	2	16.70	16	41.00	13	28.90	17	34.00	6	42.90
มากับบริษัทนำเที่ยว	3	7.50	2	16.70	3	7.70	1	2.20	1	2.00	0	0.00
มากับเพื่อน	8	20.00	5	41.70	9	23.10	20	44.40	27	54.00	6	42.90

P = .072

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมมารเดินทาง ท้องเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่น ๆ (n=14)	Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มากับหน่วยงาน/องค์กร/ บริษัท	1	2.50	1	8.30	0	0.00	2	4.40	1	2.00	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
6. จำนวนสมาชิกในการ มาเที่ยว												
คนเดียว	1	2.50	1	8.30	2	5.10	1	2.20	1	2.00	1	7.10
2 คน	4	10.00	3	25.00	6	15.40	6	13.30	6	12.00	3	21.40
3 คน	7	17.50	2	16.70	6	15.40	8	17.80	7	14.00	1	7.10
มากกว่า 3 คน	28	70.00	6	50.00	25	64.10	30	66.0	36	72.00	9	64.30
												P = .974

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง เที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)	Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
7. ยานพาหนะในการมา เที่ยว												
รถยนต์ส่วนตัว	33	82.50	7	58.30	26	66.70	26	57.80	27	54.00	9	64.30
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	4	10.00	0	0.00	3	7.70	7	15.60	4	8.00	0	0.00
รถไฟ	0	0.00	0	0.00	5	12.80	7	15.60	5	10.00	2	14.30
รถนำเที่ยว	2	5.00	3	25.00	3	7.0	2	4.40	1	2.00	0	0.00
เครื่องบิน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	2.00	0	0.00
รถจักรยานยนต์	1	2.50	2	16.70	2	5.10	3	6.770	12	24.00	3	21.30
8. ลักษณะการเดินทางมา เที่ยว												
บ้านเพื่อนบ้านญาติ	14	35.00	5	41.70	25	64.10	18	40.00	30	60.00	7	50.00
												P = .000*

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
โรงแรม	13	32.50	6	50.00	3	7.70	14	31.10	2	4.00	2	14.30	
รีสอร์ท / เกสต์เฮาส์ / บังกะโล	1	2.50	1	8.30	1	2.60	9	20.00	3	6.00	1	7.10	
บ้านพักรับรอง	0	0.00	0	0.00	3	7.70	0	0.00	0	0.00	1	7.10	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่นๆ	12	30.00	0	0.00	7	17.90	4	8.90	15	30.00	3	21.40	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว													P = .007*
1 วัน	17	42.50	1	8.30	14	35.90	8	17.80	20	40.00	2	14.30	
2 วัน	14	35.00	8	66.70	7	17.90	24	53.30	15	30.00	9	64.30	
3 วัน	5	12.50	2	16.70	9	33.30	9	20.00	6	12.00	1	7.10	
มากกว่า 3 วัน	4	10.00	1	8.30	4	12.80	4	8.90	9	18.00	2	14.30	

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเงินทางของ เที่ยว	ข้าราชการ (n=40)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=12)		ธุรกิจส่วนตัว (n=39)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=45)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=50)		อื่นๆ (n=14)	Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
10.ค่าใช้จ่ายในการมา เที่ยว												
ต่ำกว่า 1,000 บาท	9	22.50	0	0.00	4	10.30	3	6.70	22	44.00	3	21.40
1,000 - 2,000 บาท	10	25.00	3	25.00	13	33.30	17	37.80	13	26.00	4	28.60
2,001 - 3,000 บาท	8	20.00	4	33.30	5	12.80	10	22.20	7	14.00	3	21.40
3,001 - 4,000 บาท	5	12.50	2	16.70	8	20.50	6	13.30	4	8.00	2	14.30
4001 - 5,000 บาท	2	5.00	1	8.30	1	2.60	4	8.90	0	0.00	2	14.30
มากกว่า 5,000 บาท	6	15.00	2	16.70	8	20.50	5	11.10	4	8.00	0	0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อาชีพ สัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในส่วนประสบการณ์ในการมาเที่ยว มลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว และจำนวนสมาชิกในการมาเที่ยวพบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากเพียงงาน
ข้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทาง ของเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์การมา เที่ยว													
ครั้งแรก	14	36.80	11	31.40	7	46.70	16	21.60	8	25.80	2	28.60	
2 ครั้ง	13	34.20	5	14.30	4	26.70	27	36.50	13	41.90	1	14.30	P = .299
3 ครั้ง	4	10.50	4	11.40	0	0.00	11	14.90	3	9.70	1	14.30	
มากกว่า 3 ครั้ง	7	18.40	15	42.90	4	26.70	20	27.00	7	22.60	3	42.90	

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารใน การมาเที่ยว													
หนังสือพิมพ์/วิทยุ/โทรทัศน์	5	13.20	10	28.60	3	20.00	16	21.60	9	29.00	1	14.30	
อินเทอร์เน็ต	14	36.80	9	25.70	5	33.30	22	29.70	9	29.00	2	28.60	
เอกสาร/แผ่นพับ	5	13.20	4	11.40	1	6.70	4	5.40	1	3.20	1	14.30	
หนังสือ/นิตยสาร/วารสาร ท่องเที่ยว	10	26.30	6	17.10	2	13.30	18	24.30	4	12.90	2	28.60	P = .952
เพื่อนญาติพี่น้อง	3	7.90	4	11.40	3	2.00	10	13.50	7	22.60	1	14.30	
ป้ายโฆษณา	1	2.60	2	5.70	1	6.70	4	5.40	1	3.20	0	0.00	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมกรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3. วัตถุประสงค์ไปกรมการ เที่ยว													
เพื่อพักผ่อน	11	28.90	8	22.90	2	13.30	13	17.60	14	45.20	0	0.00	
เพื่อศึกษาดูงานทัศนศึกษา	10	26.30	13	37.10	3	20.00	22	29.70	7	22.60	2	28.60	
เพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน	4	10.50	4	11.40	2	13.30	11	14.90	1	3.20	1	14.30	P = .222
ความสนใจพิเศษ	9	23.70	8	22.90	7	46.70	23	31.10	9	29.00	2	28.60	
อื่นๆ	4	10.50	2	5.70	1	6.70	5	6.80	0	0.00	2	28.60	

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. มุ่งหาความรู้ใหม่ในการมา เที่ยว													
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วย ตนเอง	15	39.50	12	34.30	1	6.70	14	18.90	12	38.70	1	14.30	
ต้องการศึกษาค้นคว้าทาง วัฒนธรรม	9	23.70	8	22.90	4	26.70	23	31.10	8	25.80	3	42.90	
ต้องการดูคุณค่าในการ ท่องเที่ยว/การอนุรักษ์	2	5.30	3	8.60	7	46.70	7	9.50	2	6.50	3	42.90	P = 0.04*
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	9	23.70	11	31.40	2	13.30	23	31.10	8	25.80	0	0.00	
อื่นๆ	3	7.90	1	2.90	1	6.70	7	9.50	1	3.20	0	0.00	
5. การเดินทางมาเที่ยว													
มาส่วนตัว	9	23.70	6	17.10	5	33.30	21	28.40	5	16.10	1	14.30	P = .854

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	9	23.70	12	34.30	4	26.70	18	24.30	9	29.00	2	28.60	
มากับบริษัทนำเที่ยว	4	10.50	3	8.60	1	6.70	5	6.80	0	0.00	1	14.30	
มากับเพื่อน	14	36.80	14	40.0	5	33.30	25	33.80	14	45.20	2	28.60	
มากับหน่วยงานองค์กร/บริษัท	2	5.30	0	0.00	0	0.00	5	6.80	3	9.70	1	14.30	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว													
คนเดียว	8	21.10	10	28.60	2	13.30	20	27.00	12	38.70	1	14.30	
2 คน	11	28.90	14	40.00	5	33.30	16	21.60	8	25.80	3	42.90	P = .379
3 คน	9	23.70	3	8.60	5	33.30	14	18.90	6	19.40	0	0.00	
มากกว่า 3 คน	10	26.30	8	22.90	3	20.00	24	32.40	5	16.10	3	42.90	

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)	Pearson chi-square	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
โรงแรม	5	13.20	13	37.10	5	33.30	14	18.90	7	22.60	3	42.90	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	6	15.80	1	2.90	1	6.70	8	10.80	2	6.50	0	0.00	
บ้านพักรับรอง	17	44.70	12	34.30	7	46.70	21	28.40	12	38.70	1	14.30	
โฮมสเตย์	5	13.20	1	2.90	0	0.00	16	21.60	1	3.20	2	28.60	
อื่นๆ	1	2.60	0	0.00	1	6.70	2	2.70	0	0.00	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมา													
เที่ยว													P = .147
1 วัน	11	28.90	8	22.90	4	26.70	19	25.70	9	29.00	0	0.00	
2 วัน	12	31.60	12	34.30	3	20.00	19	25.70	13	41.90	3	42.90	

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ (n=38)		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (n=35)		ธุรกิจส่วนตัว (n=15)		พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน (n=74)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=31)		อื่นๆ (n=7)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3 วัน	3	7.90	10	28.60	5	33.30	16	21.60	3	9.70	0	0.00	
มากกว่า 3 วัน	12	31.60	5	14.30	3	20.00	20	27.00	6	19.40	4	57.10	
10. ค่าใช้จ่ายในการมา เที่ยว													
ต่ำกว่า 50 (ดอลลาร์)	11	28.90	4	11.40	2	13.30	15	20.30	4	12.90	1	14.30	
51 - 100	12	31.60	13	37.10	8	53.30	24	32.40	8	25.80	2	28.60	
101 - 150	3	7.90	6	17.10	2	13.30	12	16.20	6	19.40	0	0.00	
151 - 200	2	5.30	4	11.40	0	0.00	10	13.50	6	19.40	4	57.10	P = .123
มากกว่า 200	10	26.30	8	22.90	3	20.00	13	17.60	7	22.60	0	0.00	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อาชีพสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ มูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001 – 30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว									
ครั้งแรก	17	18.30	19	38.80	14	40.00	13	56.50	P = .004*
2 ครั้ง	12	12.90	10	20.40	2	5.70	4	17.40	
3 ครั้ง	6	6.50	3	6.10	2	5.70	0	0.00	
มากกว่า 3 ครั้ง	58	62.40	17	34.70	17	48.60	6	26.10	

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001 – 30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว									
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	20	21.50	11	22.40	8	22.90	2	8.70	
อินเทอร์เน็ต	1	1.10	3	6.10	10	28.60	3	13.00	
เอกสาร / แผ่นพับ	2	2.20	1	2.00	3	8.60	2	8.70	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	4	4.30	0	0.00	2	5.70	1	4.30	P = .000*
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	30	32.30	23	46.90	9	25.70	8	34.80	
ป้ายโฆษณา	33	35.50	9	18.40	3	8.60	3	13.00	
อื่นๆ	3	3.20	2	4.10	0	0.00	4	17.40	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว									
เพื่อพักผ่อน	58	62.40	25	51.00	18	51.40	10	43.50	P = .056

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมทางของเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001 – 30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	14	15.10	6	12.20	9	25.70	2	8.70	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	8	8.60	4	8.20	4	11.40	1	4.30	
ความสนใจพิเศษ	8	8.60	11	22.40	3	8.60	5	21.70	
อื่น ๆ	5	5.40	3	6.10	1	2.90	5	21.70	
4. มวลเหตุจริงใจในการมาเที่ยว									
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเอง	30	32.30	9	18.40	6	17.10	3	13.00	
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	15	16.10	7	14.30	6	17.10	3	13.00	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	33	35.50	23	46.90	11	31.40	10	43.50	P = .128
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	11	11.80	9	18.40	12	34.30	5	21.70	
อื่น ๆ	4	4.30	1	2.00	0	0.00	2	8.70	

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001 – 30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว									
มาส่วนตัว	8	8.60	11	22.40	10	28.60	7	30.40	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	33	35.50	26	53.10	11	31.40	4	17.40	
มากับบริษัท/มาเที่ยว	6	6.50	0	0.00	3	8.60	1	4.30	P = .005*
มากับเพื่อน	44	47.30	11	22.40	9	25.70	11	47.80	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	2	2.20	1	2.00	2	5.70	0	0.00	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000-20,000 (n=49)		20,001-30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว									
คนเดียว	3	3.20	3	6.10	1	2.90	0	0.00	P = .616
2 คน	14	15.10	3	6.10	6	17.10	5	21.70	
3 คน	17	18.30	8	16.30	4	11.40	2	8.70	
มากกว่า 3 คน	59	63.40	35	71.40	24	68.60	16	69.60	
7. สถานที่พำนักในการมาเที่ยว									
รถยนต์ส่วนตัว	52	55.90	37	75.50	24	68.60	15	65.20	P = .000*
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	7	7.50	4	8.20	7	20.00	0	0.00	
รถไฟ	6	6.50	4	8.20	2	5.70	7	30.40	
รถนำเที่ยว	5	5.40	3	6.10	2	5.70	1	4.30	

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000-20,000 (n=49)		20,001-30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เครื่องบิน	1	1.10	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0.00
รถจักรยานยนต์	22	23.70	1	2.00	0	0.00	0	0.00	0.00
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว									
บ้านเพื่อน/บ้านญาติ	55	59.10	23	46.90	15	42.90	6	26.10	26.10
โรงแรม	11	11.80	12	24.50	10	28.60	7	30.40	
รีสอร์ท / เกสต์เฮาส์ / บังกะโล	3	3.20	2	4.10	5	14.30	6	26.10	P = .001*
บ้านพักรับรอง	1	1.10	3	6.10	0	0.00	0	0.00	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่นๆ	23	24.70	9	18.40	5	14.30	4	17.40	

ตาราง 23 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001-30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว									
1 วัน	36	38.70	13	26.50	9	25.70	4	17.40	P = .004*
2 วัน	31	33.30	22	44.90	17	48.60	7	30.40	
3 วัน	10	10.80	10	20.40	5	14.30	11	47.80	
มากกว่า 3 วัน	16	17.20	4	8.20	4	11.40	1	4.3	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว(บาท)									
ต่ำกว่า 1,000	28	30.10	4	8.20	5	14.30	4	17.40	P = .000*
1,000-2,000	34	36.30	18	36.70	7	20.00	1	4.30	
2,001-3,000	15	16.1	10	20.40	10	28.60	2	8.70	

ตาราง 23 (ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรมทางการเงินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 (n=93)		10,000 -20,000 (n=49)		20,001 – 30,000 (n=35)		ตั้งแต่ 30,001ขึ้นไป (n=23)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3,001-4,000	9	9.70	8	16.30	5	14.30	5	21.70	
4001-5,000	1	1.10	3	6.10	2	5.70	4	17.40	
มากกว่า 5,000 ขึ้นไป	6	6.50	6	12.20	6	17.10	7	30.40	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้สัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว ในส่วนวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว และจำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวกับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว									
ครั้งแรก	19	33.90	8	17.40	12	22.20	19	43.20	P = .098
2 ครั้ง	20	35.70	16	34.80	16	29.60	11	25.00	
3 ครั้ง	6	10.70	7	15.20	9	16.70	1	2.30	
มากกว่า 3 ครั้ง	11	19.60	15	32.60	17	31.50	13	29.50	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว									
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	12	21.40	12	26.10	9	16.70	11	25.00	P = 726
อินเทอร์เน็ต	18	32.10	12	26.10	16	29.60	15	34.10	
เอกสาร / แผ่นพับ	3	5.40	5	10.90	6	11.10	2	4.50	

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	13	23.20	10	21.70	14	25.90	5	11.40	
เพื่อนญาติพี่น้อง	6	10.70	7	15.20	7	13.00	8	18.20	
ป้ายโฆษณา	4	7.10	0	0.00	2	3.70	3	6.80	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว									
เพื่อพักผ่อน	9	16.10	14	30.40	10	18.50	15	34.10	
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	24	42.90	14	30.40	7	13.00	12	27.30	P = .023*
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	6	10.70	5	10.90	10	18.50	2	4.50	
ความสนใจพิเศษ	15	26.80	11	23.90	20	37.00	12	27.30	
อื่นๆ	2	3.60	2	4.30	7	13.00	3	6.80	

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 – 4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. มุ่งหาความสุขใจในการมาเที่ยว									
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเอง	19	33.90	13	28.30	14	25.90	9	20.50	
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	12	21.40	15	32.60	13	24.10	15	34.10	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การอนุรักษ์	9	16.10	1	2.20	7	13.00	7	15.90	P = .340
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	11	19.60	16	34.80	16	29.60	10	22.70	
อื่น ๆ	5	8.90	1	2.20	4	7.40	3	6.80	

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
5. การเดินทางมาเที่ยว									
มาส่วนตัว	18	32.10	9	19.60	15	27.80	5	11.40	P = .143
มากับครอบครัว / มากับญาติ	9	16.10	15	32.60	15	27.80	15	34.10	
มากับบริษัท/หน้าเที่ยว	4	7.10	6	13.00	2	3.70	2	4.50	
มากับเพื่อน	20	35.70	16	34.80	19	35.20	19	43.20	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	5	8.90	0	0.00	3	5.60	3	6.80	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว									
คนเดียว	13	23.20	10	21.70	14	25.90	16	36.40	P = .756

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2 คน	19	33.90	11	23.90	15	27.80	12	27.30	
3 คน	10	17.90	12	26.10	9	16.70	6	13.60	
มากกว่า 3 คน	14	25.00	13	29.30	16	29.60	10	22.70	
7. สถานพินิจในการมาเที่ยว									
รถยนต์ส่วนตัว	8	14.30	8	17.40	12	22.20	7	15.90	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	17	30.40	9	19.60	13	24.10	11	25.00	P = .790
รถไฟ	17	30.40	20	43.50	15	27.80	13	29.50	
รถนำเที่ยว	14	25.00	9	19.60	14	25.90	13	29.50	

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 - 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
8. ลักษณะการพักผ่อนในมาเที่ยว									
บ้านเพื่อนบ้านญาติ	9	16.10	11	23.90	11	20.40	5	11.40	P = .725
โรงแรม	13	23.20	10	21.70	11	20.40	13	29.50	
รีสอร์ท/เกสต์เฮาส์/บังกะโล	6	10.70	2	4.30	5	9.30	5	11.40	
บ้านพักรับรอง	18	32.10	17	37.00	22	40.70	13	29.50	
โดยเฉลี่ย	9	16.10	4	8.70	4	7.40	8	18.20	
อื่นๆ	1	1.80	2	4.30	1	1.90	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว									
1 วัน	12	21.40	14	30.40	15	27.80	10	22.70	P = .949

ตาราง 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 (n=56)		3,001 -4,000 (n=46)		4001 – 5,000 (n=54)		ตั้งแต่ 5,001ขึ้นไป (n=44)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2 วัน	18	32.10	14	30.40	16	29.60	14	31.80	
3 วัน	12	21.40	9	19.60	10	19.50	6	13.60	
มากกว่า 3 วัน	14	25.00	9	19.60	13	24.10	14	31.80	
10. ค่าใช้จ่ายการมาเที่ยว									
ต่ำกว่า 50 (ดอลลาร์)	15	26.80	5	10.90	9	16.70	8	18.20	
51-100	16	28.60	20	43.50	16	29.60	15	34.10	
101-150	6	10.70	2	4.30	12	22.20	9	20.50	P = .049*
151-200	6	10.70	10	21.70	3	5.60	7	15.90	
มากกว่า 200	13	23.20	9	19.60	14	25.90	5	11.40	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวและค่าใช้จ่ายการมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสมการณในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการมาเที่ยว และระยะเวลาในการมาเที่ยว พบว่าไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวกับภูมิภาคของนักท่องเที่ยวที่มาจาก 5 จังหวัด สุรินทร์

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)			ภาคกลาง (n=41)			ภาคเหนือ (n=1)			ภาคใต้ (n=5)			ภาคตะวันออก (n=4)			Pearson chi-square
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)			ภาคกลาง (n=41)			ภาคเหนือ (n=1)			ภาคใต้ (n=5)			ภาคตะวันออก (n=4)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว																
ครั้งแรก	25	16.80	33	80.50	1	100.00	1	20.00	3	75.00						
2 ครั้ง	21	14.10	3	7.30	0	0.00	3	60.00	1	25.00						P = .000*
3 ครั้ง	10	6.7	1	2.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00						
มากกว่า 3 ครั้ง	93	62.40	4	9.80	0	0.00	1	20.00	0	0.00						
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว																
หนังสือพิมพ์ / วิทยุ / โทรทัศน์	30	20.10	8	19.50	0	0.00	3	60.00	0	0.00						P = 0.00*
อินเตอร์เน็ต	10	6.70	4	9.80	0	0.00	0	0.00	3	75.00						

ตาราง 25 (ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)		ภาคกลาง (n=41)		ภาคเหนือ (n=1)		ภาคใต้ (n=5)		ภาคตะวันออก (n=4)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เอกสาร / แผ่นพับ	7	4.70	1	2.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
หนังสือ / นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว	7	4.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	44	29.50	23	56.10	1	100.00	1	20.00	1	25.00	P = 000*
ป้ายโฆษณา	48	32.20	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่นๆ	3	2.00	5	12.20	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว											
เพื่อพักผ่อน	83	55.70	24	58.50	1	100.00	1	20.00	2	50.00	P = .432
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	25	16.80	4	9.80	0	0.00	0	0.00	2	50.00	

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ภาคตะวันออก		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันออก		Pearson chi-square
	เชียงใหม่		(n=41)		(n=1)		(n=5)		(n=4)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	11	7.40	4	9.80	0	0.00	2	40.00	0	0.00	P = .432
ความสนใจพิเศษ	19	12.80	7	17.10	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
อื่นๆ	11	7.40	2	4.90	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
4. มุมเหตุรูจใจในการมาเที่ยว											
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง	42	28.20	4	9.80	0	0.00	2	40.00	0	0.00	P = .030*
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	21	14.10	6	14.60	0	0.00	3	60.00	1	25.00	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว / การ อนุรักษ์	59	39.60	16	39.00	1	100.00	0	0.00	1	25.00	
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	23	15.40	13	31.70	0	0.00	0	0.00	1	25.00	
อื่นๆ	4	2.70	2	4.90	0	0.00	0	0.00	1	25.00	

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเดินทางท่องเที่ยว	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)		ภาคกลาง (n=41)		ภาคเหนือ (n=1)		ภาคใต้ (n=5)		ภาคตะวันออก (n=4)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว											P = .113
มาส่วนตัว	24	16.10	9	22.00	1	100.00	1	20.00	1	25.00	
มากับครอบครัว / มากับญาติ	65	43.60	6	14.60	0	0.00	1	20.00	2	50.00	
มากับบริษัทนำเที่ยว	8	5.40	1	2.40	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
มากับเพื่อน	49	32.90	23	56.10	0	0.00	2	40.00	1	25.00	
มากับหน่วยงาน / องค์กร / บริษัท	3	2.00	2	4.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว											P = .500
คนเดียว	4	2.70	2	4.90	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
2 คน	21	14.10	7	17.10	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)		ภาคกลาง (n=41)		ภาคเหนือ (n=1)		ภาคใต้ (n=5)		ภาคตะวันออก (n=4)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3 คน	25	16.80	3	7.30	0	0.00	2	40.00	1	25.00	
มากกว่า 3 คน	99	66.40	29	70.70	1	100.00	2	40.00	3	75.00	
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว											
รถยนต์ส่วนตัว	102	68.50	21	51.20	1	100.00	2	40.00	2	50.00	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	6	4.00	9	22.00	0	0.00	2	40.00	1	25.00	
รถไฟ	8	5.40	10	24.40	0	0.00	0	0.00	1	25.00	P = .001*
รถนำเที่ยว	9	6.00	1	2.40	0	0.00	1	20.00	0	0.00	
เครื่องบิน	1	0.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
รถจักรยานยนต์	23	15.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมทางการเดินทาง ท่องเที่ยว	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=149)		ภาคกลาง (n=41)		ภาคเหนือ (n=1)		ภาคใต้ (n=5)		ภาคตะวันออก (n=4)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
8. ที่พักแรมในกรมมาเที่ยว											
บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	80	53.70	16	39.00	1	100.00	0	0.00	2	50.00	P = .000*
โรงแรม	20	13.40	17	41.50	0	0.00	3	60.00	0	0.00	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / มังละโต	8	5.40	7	17.10	0	0.00	0	0.00	1	25.00	
บ้านพักชั่วคราว	3	2.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	25.00	
โฮมสเตย์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
อื่น ๆ	38	25.50	1	2.40	0	0.00	2	40.00	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว											
1 วัน	55	36.90	4	9.80	1	100.00	1	20.00	1	25.00	P = .026*
2 วัน	48	32.20	24	58.50	0	0.00	3	60.00	2	50.00	

ตาราง 25 (ต่อ)

พฤติกรรมมารเดินทางท่องเที่ยว	ภาคตะวันออก		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันออกเฉียง		Pearson chi-square
	เชียงใหม่ (n=149)		(n=41)		(n=1)		(n=5)		(n=4)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3 วัน	23	15.40	11	26.80	0	0.00	1	20.00	1	25.00	P = .000*
มากกว่า 3 วัน	23	15.40	2	4.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว											
ต่ำกว่า 1,000 บาท	38	25.50	2	4.90	1	100.00	0	0.00	0	0.00	
1,000 - 2,000 บาท	46	30.90	11	26.80	0	0.00	2	40.00	1	25.00	
2,001 - 3,000 บาท	25	16.80	9	22.00	0	0.00	2	40.00	1	25.00	
3,001 - 4,000 บาท	19	12.80	8	19.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
4001 - 5,000 บาท	5	3.40	4	9.80	0	0.00	0	0.00	1	25.00	
มากกว่า 5,000 บาท	16	10.70	7	17.10	0	0.00	1	20.00	1	25.00	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภูมิลำเนาสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูล ข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยว ที่พักแรมในการ มาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว ในส่วนมูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว และจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยวพบว่า ไม่สัมพันธ์กัน



ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวกับภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเที่ยวงานช้าง
จังหวัดสุรินทร์

ลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย/ นิวซีแลนด์ (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่นๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ประสบการณ์ในการมาเที่ยว											
ครั้งแรก	21	43.80	15	27.30	10	28.60	9	17.00	3	33.30	P = .246
2 ครั้ง	8	16.70	20	36.40	13	37.10	21	39.60	1	11.10	
3 ครั้ง	6	12.50	5	9.10	3	8.60	8	15.10	1	11.10	
มากกว่า 3 ครั้ง	13	27.10	15	27.30	9	25.70	15	28.30	4	44.40	
2. แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมา เที่ยว											
หนังสือพิมพ์/วิทยุ/โทรทัศน์	14	29.20	11	20.00	5	14.30	11	20.80	3	33.30	P = 636

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย/ นิวซีแลนด์ (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่นๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
อินเทอร์เน็ต	12	25.00	16	29.10	9	25.70	20	37.70	4	44.40	
เอกสาร / แผ่นพับ	3	6.30	3	9.10	3	8.60	4	7.50	1	11.10	
หนังสือวิทยุกระจาย / วารสารท่องเที่ยว	9	18.80	9	27.30	9	25.70	8	15.10	1	11.10	
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	5	10.40	8	12.70	8	22.90	8	15.10	0	0.00	
ป้ายโฆษณา	5	10.40	1	1.80	1	2.90	2	3.80	0	0.00	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
3. วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว											
เพื่อพักผ่อน	11	22.90	14	25.50	11	31.40	11	20.80	1	11.10	P = .741
เพื่อศึกษาดูงาน / ทัศนศึกษา	14	29.20	16	29.10	9	25.70	17	32.10	1	11.10	

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่น ๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อเยี่ยมญาติ / เยี่ยมเพื่อน	5	10.40	7	12.70	3	8.60	8	15.10	0	0.00	P = .741
ความสนใจพิเศษ	16	33.30	14	25.50	10	28.60	12	22.60	6	66.70	
อื่น ๆ	2	4.20	4	7.30	2	5.70	5	9.40	1	11.10	
4. บุคคลสนใจในการมาเที่ยว											
ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเอง	12	25.00	14	25.50	11	31.40	16	30.20	2	22.20	P = .751
ต้องการศึกษาค้นคว้าทางวัฒนธรรม	13	27.10	17	30.90	7	20.00	156	28.30	3	33.30	
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว/การอนุรักษ์	5	10.40	9	16.40	4	11.40	6	11.30	0	0.00	
ต้องการเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่	14	29.20	11	20.00	13	37.10	11	20.80	4	44.40	P = .751
อื่น ๆ	4	8.30	4	7.30	0	0.00	5	9.40	0	0.00	

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่นๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
5. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว											
มาส่วนตัว	12	25.00	14	25.50	9	25.70	11	20.80	1	11.10	
มากับครอบครัวมากับญาติ	11	22.90	16	29.10	7	20.00	15	28.30	5	55.60	
มากับบริษัท/หน้าเที่ยว	1	2.10	5	9.10	2	5.70	6	11.30	0	0.00	P = .489
มากับเพื่อน	21	43.80	16	29.10	14	40.00	21	39.60	2	22.20	
มากับหน่วยงาน/องค์กร/บริษัท	3	6.30	4	7.30	3	8.60	0	0.00	1	11.10	
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
6. จำนวนสมาชิกในการมาเที่ยว											
คนเดียว	19	39.60	9	16.40	11	31.40	11	20.80	3	33.30	P = .292
2 คน	6	12.50	20	36.40	9	25.70	19	35.80	3	33.30	

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมมารดาเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่นๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
3 คน	9	18.80	10	18.20	6	17.10	11	20.80	1	11.10	
มากกว่า 3 คน	14	29.20	16	29.10	9	25.70	12	22.60	2	22.20	
7. ยานพาหนะในการมาเที่ยว											
รถยนต์ส่วนตัว	11	22.90	9	15.40	5	14.30	8	15.10	2	22.20	
รถทัวร์ (บริษัทขนส่ง)	10	20.80	17	30.90	11	31.40	12	22.60	0	0.00	P = .525
รถไฟ	14	29.20	14	25.50	11	31.40	20	37.70	6	66.70	
รถนำเที่ยว	13	27.10	15	27.30	8	22.90	13	24.50	1	11.10	
8. ที่พักแรมในการมาเที่ยว											
บ้านเพื่อนบ้านญาติ	11	22.90	6	10.90	6	17.10	10	18.90	3	33.30	P = .784
โรงแรม	13	27.10	12	21.80	9	25.70	12	22.60	1	11.10	

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมมารเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่นๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รีสอร์ท / เกสท์เฮาส์ / บังกะโล	4	8.30	3	5.50	5	14.30	6	11.30	0	0.00	
บ้านพักรับรอง	14	29.20	25	45.50	9	25.70	19	35.80	3	33.30	
โฮมสเตย์	5	10.40	8	14.50	6	17.10	4	7.50	2	22.20	
อื่นๆ	1	2.10	1	1.80	0	0.00	2	3.80	0	0.00	
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยว											
1 วัน	11	22.90	12	21.80	14	40.00	11	20.80	3	33.30	
2 วัน	16	33.30	14	25.50	7	20.00	21	39.60	4	44.40	P = .026*
3 วัน	9	18.80	9	16.40	7	20.00	11	20.80	1	11.10	
มากกว่า 3 วัน	12	25.00	20	36.40	7	20.00	10	18.90	1	11.10	

ตาราง 26 (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	อเมริกาเหนือ (n=48)		อังกฤษ (n=55)		ออสเตรเลีย (n=35)		ยุโรป (n=53)		อื่น ๆ (n=9)		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว											
ต่ำกว่า 50 (ดอลลาร์)	12	25.00	8	14.50	2	5.70	14	26.40	1	11.10	P = .049*
51 - 100	17	35.40	21	38.20	7	20.00	18	34.00	4	44.40	
101 - 150	9	18.80	8	14.50	6	17.10	3	5.70	3	33.30	
151 - 200	4	8.30	8	14.50	8	22.90	5	9.40	1	11.10	
มากกว่า 200	6	12.50	10	18.20	12	34.30	13	24.50	0	0.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ภูมิลำเนาสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ระยะเวลาในการมาเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนประสบการณ์ในการมาเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารในการมาเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาเที่ยว ยานพาหนะในการมาเที่ยวที่พัก แรมในการมาเที่ยวพบว่าไม่สัมพันธ์กัน



การทดสอบสมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิฐานะ แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ในด้าน สถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ดังตาราง 27-45

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ชาวไทยที่มีต่องาน ช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	เพศชาย (n=65)		เพศหญิง (n=135)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	2.84	0.86	2.86	0.84	-0.177	0.860
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	3.40	0.80	3.32	0.87	0.561	0.575
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	3.47	0.64	3.55	0.81	-0.685	0.494
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	3.29	0.75	3.18	0.76	0.974	0.331

ตาราง 27 ผลการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาเที่ยวในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
งานช่างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	3.06	0.48	3.08	0.47	-0.334	0.739
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการ ท่องเที่ยว	2.84	0.62	2.62	0.60	2.487	0.014*
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	2.87	0.52	2.80	0.53	0.840	0.402
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.01	0.51	3.10	0.53	-1.157	0.249

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ส่วนด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้าง
จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.976	4	0.994	1.384	0.241
	ภายในกลุ่ม	140.024	195	0.718		
	รวม	144.000	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.898	4	0.724	0.579	0.412
	ภายในกลุ่ม	142.161	195	0.729		
	รวม	1450.059	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.357	4	0.339	0.579	0.678
	ภายในกลุ่ม	114.347	195	0.586		
	รวม	115.704	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.424	4	0.356	0.610	0.656
	ภายในกลุ่ม	113.726	195	0.583		
	รวม	115.151	199			

จากตาราง 29 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
งานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.972	4	0.243	1.0064	0.376
	ภายในกลุ่ม	44.537	195	0.228		
	รวม	45.509	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.590	4	0.397	1.028	0.394
	ภายในกลุ่ม	75.365	195	0.386		
	รวม	76.955	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.265	4	0.066	0.234	0.919
	ภายในกลุ่ม	55.285	195	0.284		
	รวม	55.551	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.686	4	0.172	0.620	0.649
	ภายในกลุ่ม	53.991	195	0.277		
	รวม	54.678	199			

จากตาราง 30 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่องานช้าง
จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามวุฒิการศึกษา**

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.106	2	1.553	2.171	0.117
	ภายในกลุ่ม	140.894	197	0.715		
	รวม	144.000	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.714	2	1.857	2.583	0.078
	ภายในกลุ่ม	141.345	197	0.717		
	รวม	1450.059	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.259	2	0.630	1.084	0.340
	ภายในกลุ่ม	114.445	197	0.581		
	รวม	115.704	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.528	2	0.264	0.454	0.636
	ภายในกลุ่ม	114.622	197	0.582		
	รวม	115.151	199			

จากตาราง 31 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต่อการมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.086	2	0.043	0.186	0.831
	ภายในกลุ่ม	45.424	197	0.231		
	รวม	45.509	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.133	2	0.566	1.471	0.232
	ภายในกลุ่ม	75.822	197	0.385		
	รวม	76.955	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.654	2	0.327	1.174	0.311
	ภายในกลุ่ม	54.896	197	0.279		
	รวม	55.551	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.417	2	0.209	0.758	0.470
	ภายในกลุ่ม	54.260	197	0.275		
	รวม	54.678	199			

จากตาราง 32 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
งานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	12.082	5	2.416	3.554	0.004*
	ภายในกลุ่ม	131.918	194	0.680		
	รวม	144.000	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากร ให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7.468	5	1.494	2.106	0.066
	ภายในกลุ่ม	137.592	194	0.709		
	รวม	1450.059	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.033	5	1.207	2.134	0.063
	ภายในกลุ่ม	109.672	194	0.565		
	รวม	115.704	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	16.674	5	3.335	3.166	0.009*
	ภายในกลุ่ม	204.354	194	1.053		
	รวม	221.028	199			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์แตกต่างกันในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.237	5	0.247	1.084	0.370
	ภายในกลุ่ม	44.272	194	0.228		
	รวม	45.509	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.295	5	0.659	1.735	0.128
	ภายในกลุ่ม	73.660	194	0.380		
	รวม	76.955	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.892	5	0.178	0.633	0.675
	ภายในกลุ่ม	54.659	194	0.282		
	รวม	55.551	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.774	5	0.155	0.557	0.733
	ภายในกลุ่ม	53.904	194	0.278		
	รวม	54.678	199			

จากตาราง 34 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่องาน
ข้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.193	3	2.064	3.713	0.012*
	ภายในกลุ่ม	108.958	196	0.556		
	รวม	115.151	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากร ให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	22.383	3	7.461	12.025	0.000*
	ภายในกลุ่ม	121.617	196	0.620		
	รวม	144.00	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	17.312	3	5.771	8.854	0.000*
	ภายในกลุ่ม	127.747	196	0.652		
	รวม	145.059	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	12.394	3	4.131	7.838	0.000*
	ภายในกลุ่ม	103.310	196	0.527		
	รวม	115.704	199			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่องานข้างจังหวัดสุรินทร์แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
งานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.319	5	0.064	0.274	0.927
	ภายในกลุ่ม	45.190	194	0.233		
	รวม	45.509	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากร ให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.038	5	0.608	1.595	0.163
	ภายในกลุ่ม	73.917	194	0.381		
	รวม	76.955	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.935	5	0.787	3.439	0.005*
	ภายในกลุ่ม	44.395	194	0.229		
	รวม	48.330	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.289	5	0.058	0.207	0.959
	ภายในกลุ่ม	54.388	194	0.280		
	รวม	54.678	199			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้
ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์แตกต่างกันในด้านสถานที่จัดกิจกรรม
ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้าง
จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามภูมิภาค

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.855	4	0.714	1.239	0.296
	ภายในกลุ่ม	112.296	195	0.576		
	รวม	115.151	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.131	4	0.533	0.732	0.571
	ภายในกลุ่ม	141.869	195	0.728		
	รวม	144.000	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.745	4	1.186	1.648	0.164
	ภายในกลุ่ม	140.315	195	0.720		
	รวม	1450.059	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	1.892	4	0.473	0.810	0.520
	ภายในกลุ่ม	113.812	195	0.584		
	รวม	115.704	199			

จากตาราง 37 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความพึงพอใจต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ
งานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามภูมิภาค

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.925	4	0.231	1.011	0.403
	ภายในกลุ่ม	44.585	195	0.229		
	รวม	45.509	199			
ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการ ทางการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.516	4	0.379	0.979	0.420
	ภายในกลุ่ม	75.439	195	0.387		
	รวม	76.955	199			
ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.939	4	0.235	0.838	0.502
	ภายในกลุ่ม	54.611	195	0.280		
	รวม	55.551	199			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	0.921	4	0.230	0.836	0.504
	ภายในกลุ่ม	53.756	195	0.276		
	รวม	54.678	199			

จากตาราง 38 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มี
ภูมิภาคต่างกันมีความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวงานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานข้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางกรท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่พบความแตกต่างดังตาราง 39-44

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานข้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ
		3.03	2.71	2.93	3.14	2.50	2.64
ข้าราชการ	3.03	-	0.31	0.09	0.11	0.53	0.39
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.71		-	0.22	0.42	0.21	0.07
ธุรกิจส่วนตัว	2.93			-	0.20	0.43	0.29
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	3.14				-	0.63*	0.49
นักเรียน/นักศึกษา	2.50					-	0.49
อื่นๆ	2.64						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานข้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน ($\bar{X} = 3.14$) มีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ($\bar{X} = 2.50$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท/องค์กร เอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ
		3.17	2.83	3.53	3.30	2.80	2.73
ข้าราชการ	3.17	-	0.33	0.37	0.14	0.37	0.44
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.83		-	0.70	0.47	0.04	0.11
ธุรกิจส่วนตัว	3.53			-	0.23	0.74*	0.81
พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน	3.30				-	0.51	0.58
นักเรียน/นักศึกษา	2.80					-	0.07
อื่นๆ	2.73						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.53$) มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ($\bar{X} = 2.80$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่าง
จังหวัดสุรินทร์ในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่จำแนกตาม
รายได้

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	ตั้งแต่ 30,001
		10,000	20,000	30,000	ขึ้นไป
		2.57	2.86	3.12	3.60
ต่ำกว่า 10,000	2.57	-	0.29	0.54*	1.02*
10,000-20,000	2.86		-	0.26	0.74*
20,001-30,000	3.12			-	0.48
ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	3.60				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.60$) มีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 2.57$) และมีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ($\bar{X} = 2.86$) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-30,000 ($\bar{X} = 3.12$) มีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 2.57$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ ในด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	ตั้งแต่ 30,001
		10,000	20,000	30,000	ขึ้นไป
		3.12	3.34	3.48	4.07
ต่ำกว่า 10,000	3.12	-	0.22	0.36	0.95*
10,000-20,000	3.34		-	0.14	0.73*
20,001-30,000	3.48			-	0.59
ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	4.07				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ในด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป ($\bar{X} = 4.07$) มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.12$) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป ($\bar{X} = 4.07$) มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000-20,000 ($\bar{X} = 3.48$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ ในด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	ตั้งแต่ 30,001
		10,000	20,000	30,000	ขึ้นไป
		3.29	3.62	3.67	4.04
ต่ำกว่า 10,000	3.29	-	0.33	0.38	0.75*
10,000-20,000	3.62		-	0.05	0.42
20,001-30,000	3.67			-	0.36
ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	4.04				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ในด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวยที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป ($\bar{X} = 4.04$) มีความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวยที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.29$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่องานช่างจังหวัดสุรินทร์ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	ตั้งแต่ 30,001
		10,000	20,000	30,000	ขึ้นไป
		3.06	3.24	3.32	3.60
ต่ำกว่า 10,000	3.06	-	0.18	0.27	0.54*
10,000-20,000	3.24		-	0.08	0.36
20,001-30,000	3.32			-	0.28
ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป	3.60				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 ขึ้นไป ($\bar{x} = 3.60$) มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{x} = 3.06$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนักเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ พบความแตกต่างเฉพาะด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ดังตาราง 45

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 1,000	1,000 - 2,000	2,001 - 3,000	3,001 - 4,000	4,001 - 5,000	มากกว่า 5,000
		2.81	2.92	2.97	2.96	2.89	2.50
ต่ำกว่า 1,000	2.81	-	0.11	0.16	0.15	0.08	0.31
1,000-2,000	2.92		-	0.05	0.05	0.03	0.42
2,001-3,000	2.97			-	0.00	0.08	0.47*
3,001-4,000	2.96				-	0.07	0.46*
4,00-5,000	2.89					-	0.39
มากกว่า 5,000	2.50						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 และกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 3,001-4,000 มีความพึงพอใจในด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ด้าน

เจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 สะดวกสัมพันธ์กัน ดังตาราง 46-47

**ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้าง
 จังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้าน**

ตัวแปร	ด้านสถานที่จัด กิจกรรมท่องเที่ยว	ด้านเจ้าหน้าที่และ บุคลากรให้บริการ ท่องเที่ยว	ด้านการจัดกิจกรรม ท่องเที่ยว	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านสถานที่จัด กิจกรรมท่องเที่ยว	-	.772**	.725**	.697**
ด้านเจ้าหน้าที่และ บุคลากรให้บริการ ทางการท่องเที่ยว	-	-	.766**	.739**
ด้านการจัด กิจกรรมท่องเที่ยว	-	-	-	.675**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกต่างๆ	-	-	-	-

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 26 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้านสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องาน
ช้างจังหวัดสุรินทร์ในแต่ละด้าน

ตัวแปร	ด้านสถานที่จัด กิจกรรมท่องเที่ยว	ด้านเจ้าหน้าที่และ บุคลากรให้บริการ ท่องเที่ยว	ด้านการจัดกิจกรรม ท่องเที่ยว	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านสถานที่จัด กิจกรรมท่องเที่ยว	-	-0.107	0.112	0.195*
ด้านเจ้าหน้าที่และ บุคลากรให้บริการ ท่องเที่ยว		-	-0.007	0.123
ด้านการจัด กิจกรรมท่องเที่ยว			-	0.021
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				-

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตาราง 47 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่องานช้างจังหวัดสุรินทร์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับด้านสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ส่วนด้านอื่นไม่สัมพันธ์กัน