

พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่



พนิดา ศิริเกษร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
พ.ศ. 2562

พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนการท่องเที่ยว

สำนักบริหารและพัฒนวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

พุดติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

พนิดา ศิริเกษร

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.จิระชัย ยมเกิด)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.ประยงค์ คูศิริสิน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณูณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รักษาการแทนรองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพนิดา ศิริเกษร
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.จิระชัย ยมเกิด

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง, สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์, ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก, ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย(ม่อนแจ่ม) ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ได้แก่นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน แบ่งตามพื้นที่ 4 ศูนย์ พื้นที่ละ 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สหสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลโดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา และรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้มาเยือนเคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า 2 ครั้ง ร้อยละ 22.5 และใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 วัน ร้อยละ 48.8 เดินทางมารวมกัน 2-3 คนมีความสัมพันธ์เป็นเพื่อนกันมากที่สุด ร้อยละ 38.8 โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะเดินทาง การตัดสินใจพักแรมนิยมพักในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 29.5 และพักแรมที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์และอ่างขาง ร้อยละ 28.2 ผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนมาก ร้อยละ 67.25 ผู้มาเยือนมีความคาดหวังต่อกิจกรรมระดับมาก ร้อยละ 44.8 ผู้มาเยือนมีการเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ระดับมาก ร้อยละ 45.8 แรงจูงใจผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง แรงจูงใจที่ทำให้ผู้มาเยือนเลือกเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงมีแรงจูงใจมาจากปัจจัยภายในตัวบุคคลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 อยู่ในระดับความสำคัญมาก แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก มีค่าเฉลี่ย 3.78 แรงจูงใจจากปัจจัยที่มาจากความต้องการอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยที่มาจากความต้องการ 3.75 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

พบว่าการวางแผนการเดินทางมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล ระดับน้อย ส่วนการเรียนรู้ในการมาเยือนกับความต้องการศึกษา เรียนรู้ของบุคคลมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่ กับความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน แต่ระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ผู้มาเยือน, โครงการหลวง



<b>Title</b>	VISITORS' BEHAVIOR AT THE LERNING CENTER OF CHIANG MAI ROYAL PROJECT FOUNDATION
<b>Author</b>	Miss Panita Sirigasorn
<b>Degree</b>	Master of Arts in Tourism Development
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Dr. Jirachai Yomkerd

## ABSTRACT

This research aimed to study the following: behavior of visitors of the Learning Center, Royal Project, Chiang Mai; tourist motivations of visitors of the Learning Center, Royal Project, Chiang Mai; and the relationship between behavior and motivation in tourism toward the Learning Center, Royal Project, Chiang Mai. The study areas were as follows: Angkhang Royal Agricultural Station, Inthanon Royal Agricultural Station, Nang Tok Royal Project Development Center, Nong Hoi Royal Project Development Center (Moncham). Using quota sampling a population sample was obtained consisting of 400 tourists or 100 respondents per study area. By means of a questionnaire data were collected and analyzed using computer software for obtaining values of statistical parameters such as percentage, mean value, and correlation.

Concerning the study on the visitors' behavior at the Royal Project Learning Center, Chiang Mai province, it was found that most of the respondents were females, singles, aging less than 30 years old, residents in the north of Thailand, holders of bachelor's degree, with occupation as students, and having an average monthly income less than 15,000 baht.

On the visitors' behavior toward the Royal Project Learning Center, Chiang Mai province, 22.5% of the visitors had visited the tourist destination more than 2 times and 48.8% of the visitors spent one day traveling time. Composing of 2-3 persons or friends traveling together were 38.8% of the visitors, and using private cars as means of transportation. As for accommodation, the most popular decision of

staying in the Chiang Mai city area was 29.5%, while 28.2% of the visitors stayed at the Inthanon Royal Project and Angkhang Station.

Through the social media most of the visitors or 67.25% decided to visit the tourist destination of the Royal Project Learning Center where 44.8% of the visitors had high expectations from the activities and 45.8% had expectations of knowledge from the Learning Center.

On the visitors' motivation toward visiting the Learning Center were due to internal factors showing an average of 3.78 as very important while due to external factors showed an average of 3.78 as very important. However, motivation to visit coming from a personal desire showed 3.75 as important.

On the relationship between behavior and motivation on tourism or tourist destination, the Learning Center, Royal Project, Chiang Mai province, the study found that the relationship concerning personal desire to visit was opposing and at a low level. However, the relationship between behavior and motivation concerning educational or knowledge seeking desire or need of the visitors, it was supporting at a low level.

Keywords : Behavior, Visitor, Royal Project

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.จิระชัย ยมเกิด ที่ให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ มอบความรู้ ให้คำแนะนำ และคำปรึกษา ตลอดจนการดูแลเอาใจใส่จนวิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์ ลุล่วงไปด้วยดี อาจารย์ ดร.กীরติ ตระการศิริวานิช และ อาจารย์ ดร.ประยงค์ คูศิริสิน ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาร่วมในการทำวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่การทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงตรวจแก้ไขรูปเล่มวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร ที่มอบความรู้ แนวคิด กระบวนการ ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่การทำเล่มวิทยานิพนธ์ ทำให้เล่มวิทยานิพนธ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ชัตติยา กลัญญทกะปกรณ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะอันมีประโยชน์เพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ คำสอนและคำแนะนำที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ นอกจากนี้ขอขอบคุณคุณคุณ นวลจันทร์ ทองมา และคุณสุวิภา อยู่วิวัฒน์ เจ้าหน้าที่คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่คอยช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกด้านเอกสารในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัวศิริเกษร และครอบครัววินัยกุล ที่ให้ความรักความห่วงใย และคอยเป็นกำลังใจ

พนิดา ศิริเกษร

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฐ
สารบัญตารางผนวก.....	ท
สารบัญภาพผนวก.....	ฒ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์ทั่วไป.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
ภาคสรุป.....	31
กรอบแนวคิด.....	32

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
ตัวแปรและการวัดตัวแปร.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การทดสอบเครื่องมือ.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์.....	41
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้มาเยือน ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่.....	42
ตอนที่ 2 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ .....	60
ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว.....	73
ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่.....	73
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	75
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผล.....	78
ข้อเสนอแนะ.....	80
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	84
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	85
ภาคผนวก ข ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม.....	91
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบความเชื่อมั่น.....	95

ภาคผนวก ง ภาพประกอบ..... 98

ประวัติผู้วิจัย..... 102



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภครวม.....	10
ตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือน .....	42
ตารางที่ 3 การเคยมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง .....	46
ตารางที่ 4 ระยะเวลาของการเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง .....	47
ตารางที่ 5 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง .....	48
ตารางที่ 6 ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง .....	49
ตารางที่ 7 ยานพาหนะที่ผู้มาเยือนใช้ในการเดินทาง .....	50
ตารางที่ 8 ช่องทางในการเลือกมาเยือนศูนย์การเรียนรู้ .....	51
ตารางที่ 9 การเลือกสื่อออนไลน์ของผู้มาเยือน .....	52
ตารางที่ 10 การวางแผนการเดินทาง .....	54
ตารางที่ 11 การเลือกที่พักของผู้มาเยือน .....	55
ตารางที่ 12 การเรียนรู้ในการเยือนครั้งนี้ .....	56
ตารางที่ 13 การคาดหวังกับกิจกรรมภายในพื้นที่ .....	57
ตารางที่ 14 การเดินทางกลับมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอีกครั้ง .....	58
ตารางที่ 15 การแนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนในศูนย์การเรียนรู้ .....	59
ตารางที่ 16 ภาพรวมแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว .....	60
ตารางที่ 17 ปัจจัยภายในของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง .....	61
ตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง .....	64
ตารางที่ 19 ปัจจัยที่มาจากความต้องการของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง .....	70
ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการเดินทางกับความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล ...	73

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ในการมาเยือนกับความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของ  
บุคคล ..... 73

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่กับความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้  
ใฝ่เรียน ..... 74



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนที่แสดงพื้นที่ปฏิบัติงานของมูลนิธิโครงการหลวง .....	3
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด .....	32
ภาพที่ 3 แผนที่แสดงพื้นที่ของโครงการหลวงในการทำการวิจัย .....	34



## สารบัญตารางผนวก

	หน้า
ตารางผนวกที่ 1 ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม.....	92
ตารางผนวกที่ 2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว .....	96
ตารางผนวกที่ 3 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว.....	97



สารบัญภาพผนวก

	หน้า
ภาพผนวกที่ 1 สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง.....	99
ภาพผนวกที่ 2 สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ .....	100
ภาพผนวกที่ 3 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) .....	101
ภาพผนวกที่ 4 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก .....	101



## บทที่ 1

### บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่างกล่าวถึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาในประเทศตนเพิ่มขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2558ก: 8)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเป็นจำนวนมากทั้งภูเขา ทะเล และยังมีวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยดูได้จากสถานการณ์ท่องเที่ยวของภาคเหนือ ประเทศไทยในปี 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคม มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว จำนวน 6,621,311 คน ขยายตัวร้อยละ 9.89 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2559 ที่ผ่านมา จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาค เอเชีย ตะวันออก ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวมากที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาค เอเชียตะวันออกมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย เกาหลี (กรมการท่องเที่ยว, 2560: ระบบออนไลน์) จากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีทั้งภูเขา ทะเล และด้านวัฒนธรรม อาหารการกินที่น่าสนใจ ทำให้ผู้คนสนใจเข้ามาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มของเอเชียตะวันออกที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

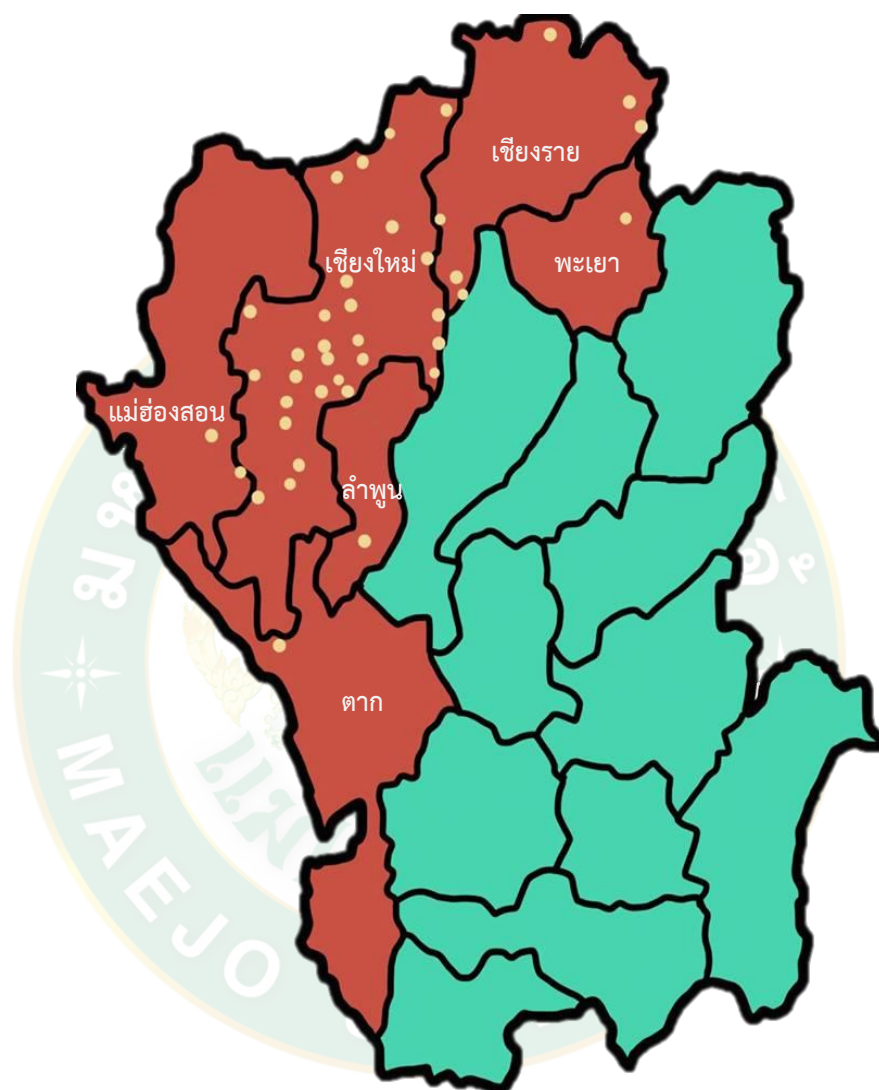
จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2560 มีค่าใช้จ่าย 3,190.40 บาทต่อวัน เปรียบเทียบกับ ปี2559 มีค่าใช้จ่าย 3,585.07 บาทต่อวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.12 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ปี2560 มีค่าใช้จ่าย 1,988.08 บาทต่อวัน ปี2559 มีค่าใช้จ่าย 1,900.57 บาทต่อวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.60 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือน ปี2560 มีค่าใช้จ่าย 3,449.93 บาทต่อวัน ปี 2559 มีค่าใช้จ่าย 3,343.89บาทต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.17 (กรมการท่องเที่ยว, 2560ข: ระบบออนไลน์) เนื่องจากเพียบพร้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หลายล้านคนในแต่ละปี เชียงใหม่มีอดีตอันรุ่งเรือง เนื่องจากตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำปิง ซึ่งไหลลงมาถึงปากอ่าวไทย จึงเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับอาณาจักรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาณาจักร ล้านช้างของลาวหรืออาณาจักร

สุขุขทัยทางตอนใต้ รวมถึงแคว้นแคว้นต่างๆ มีการแลกเปลี่ยน ความรู้และการศึกษา ทั้งทางด้านศาสนา สถาปัตยกรรม และการค้า ส่งผลให้มีวิทยาการที่น่าสนใจเป็นของตนเอง

จากสภาพจังหวัดเชียงใหม่ที่เต็มไปด้วยเทือกดอยอันเป็นภูมิประเทศที่สวยงาม ประกอบกับที่ตั้งซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศ ทุกปีในช่วงฤดูหนาวจะมีความกดอากาศสูงแผ่เข้ามาปกคลุม ทำให้เชียงใหม่มีอากาศหนาวเย็นสบาย จึงมีผู้ต้องการมาพักอาศัยและท่องเที่ยวในฤดูหนาวเป็นอย่างมาก โดยมีการสร้างบ้านพักตามอากาศ หรือรีสอร์ทต่างๆ กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์เติบโตขึ้นและส่งผลให้พื้นที่เกษตรกรรมในเมืองลดลง จนต้องขยายที่ทำกินไปในเขตภูเขา บุกรุกเข้าไปในเขตป่าไม้ จนเป็นปัญหาสำคัญในปัจจุบัน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, ม.ป.ป: ระบบออนไลน์) โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามลักษณะบุคคลและความชื่นชอบ จังหวัดเชียงใหม่เลยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกปีๆ การใช้พื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

มูลนิธิโครงการหลวงได้ถือกำเนิดขึ้นในต้นปี พ.ศ. 2521 พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เสด็จเยี่ยมราษฎรชาวเขาในพื้นที่ต่างๆ ทรงพบชาวเขาซึ่งอยู่ในถิ่นทุรกันดาร มีสภาพยากจน และยากแก่การเข้าถึง ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พัฒนาหมู่บ้านชาวเขาในพื้นที่ทุรกันดารเหล่านั้น เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเขา ลดการปลูกฝิ่น และฟื้นฟูป่าต้นน้ำลำธาร ซึ่งได้เริ่มก่อตั้ง 5 โครงการแรก ได้แก่ โครงการหลวงแม่แฮ โครงการหลวงทุ่งหลวง โครงการหลวงแม่ปุนหลวง โครงการหลวงปางอุ๋ง และโครงการหลวงแม่ลาน้อย ตามลำดับ หลังจากนั้นมาโครงการหลวงได้กระจายไปตามพื้นที่ภาคเหนือ ทั้งเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน พะเยา แม่ฮ่องสอน และตาก เป็นทั้งหมด 39 แห่ง (มูลนิธิโครงการหลวง, 2555ข) โดยแบ่งพื้นที่เป็นศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทั้ง 35 ศูนย์ และ 4 สถานีวิจัย โดยศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุกแห่งมีเจ้าหน้าที่วิชาการจากส่วนกลางไปให้คำแนะนำและถ่ายทอดผลงานทางวิชาการต่างๆ เช่นการวางแผนการปลูกพืช การปลูกและการดูแลรักษา รวมทั้งปัญหาศัตรูพืชและแนะนำการใช้สารเคมีอย่างถูกต้องแก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรเป้าหมาย โดยมีประชากรเป้าหมายเป็นชาวไทยภูเขาและคนไทยพื้นราบกว่า 150,000 คน (มูลนิธิโครงการหลวง, 2555ข) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัยทั้งหมด 39 ศูนย์ มีลักษณะภูมิประเทศอยู่บนเขาสูงทำให้มีอากาศเย็นเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผักผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับเมืองหนาว ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงจึงได้เป็นแหล่งให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนชาวไทยภูเขาและคนไทยพื้นราบที่สนใจในด้านการเกษตร ผู้คนโดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจอยากเข้าไปเยี่ยมชมศึกษาดูงานและพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองด้านการเกษตรและการเพาะปลูก เก็บเกี่ยว ผลผลิตทางการเกษตร หรือแม้กระทั่งงานวิจัย ทำให้ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานี

วิจัยสามารถรองรับการเข้าไปเยี่ยมชมศึกษาดูงานของผู้ที่สนใจ และเริ่มมีการปรับตัวจนสามารถรองรับผู้ที่สนใจมาศึกษาเรียนรู้กันได้ในปัจจุบัน



● แสดงพื้นที่สถานีเกษตรหลวงและศูนย์พัฒนาโครงการหลวง

ภาพที่ 1 แผนที่แสดงพื้นที่ปฏิบัติงานของมูลนิธิโครงการหลวง

## ปัญหาการวิจัย

ที่ตั้งของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่อยู่ในระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลเกินกว่า 700 เมตร และมีสภาพเป็นหุบเขาหรือพื้นที่ตามเชิงเขาที่มีความลาดชัน ประกอบกับสภาพแวดล้อมแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเป็นพื้นที่เหมาะสม ที่ปลูกพืชพรรณที่แตกต่างจากพื้นที่ราบ (มูลนิธิโครงการหลวง, 2555ข) และเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจ

มูลนิธิโครงการหลวงเป็นโครงการที่สนับสนุนเรื่องการเพาะปลูกพืชทางเกษตรในแก่ประชาชนที่สนใจ ด้วยความสวยงามของที่ตั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ทำให้ผู้ที่สนใจเข้าไปเที่ยวชมเพื่อดูแปลงสาธิตพืชต่างๆ ดอกไม้และธรรมชาติที่สวยงาม จากนั้นมูลนิธิโครงการหลวงจึงมีการพัฒนาด้านการให้บริการในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัยให้ตอบสนองกับผู้มาเยือนที่เข้ามาชม โดยศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัยบางแห่งได้จัดทำบ้านพักรับรองและร้านอาหารเพื่อให้บริการ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัยที่มีสิ่งรองรับและบริการผู้ที่สนใจเปิดให้บริการศึกษาเรียนรู้มีอยู่หลายแห่ง อาทิเช่น สถานีวิจัยเกษตรหลวงอินทนนท์ สถานีวิจัยเกษตรหลวงอ่างขาง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ศูนย์โครงการหลวงแม่หลอด ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางค่า สถานีวิจัยเกษตรหลวงปางดะ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่ลาน้อย ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงวัดจันทร์ และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเริง ซึ่งในพื้นที่อื่นๆกำลังมีการพัฒนาเพื่อรองรับผู้มาเยือนที่มีความสนใจเข้ามาศึกษาในพื้นที่

จากการสัมภาษณ์คุณสายชม ธเนศนิตย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า มูลนิธิโครงการหลวงได้มีกิจกรรมการนำเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยว รับประทานอาหารจากฝีมือเชฟชื่อดังของประเทศไทย โดยจะมีการนำเที่ยวในรูปแบบนั้นในช่วงฤดูหนาวและเป็นระยะเวลาสั้นๆ 2 วัน 1 คืน หรือ 3 วัน 2 คืน แล้วแต่เส้นทางที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งเส้นทางนำเที่ยวจะทำให้ผู้ที่สนใจได้แวะชมบรรยากาศของโครงการหลวงได้ในหลายพื้นที่ ทำให้ในตอนนั้นมีผู้ให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในด้านการท่องเที่ยวมีอยู่ 4 พื้นที่ นั่นคือ สถานีวิจัยเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีวิจัยเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ซึ่งแต่ละพื้นที่ได้มีบรรยากาศที่แตกต่างกันตามระดับความสูงของพื้นที่ และสถาปัตยกรรม และรูปแบบการแสดงผลของแปลงสาธิตของแต่ละพื้นที่ตามความเหมาะสมบริบทของพื้นที่ พื้นที่ 4 พื้นที่นี้จึงได้รับการเลือกให้ทำการวิจัยในครั้งนี้

สถานีวิจัยเกษตรหลวงอ่างขาง เป็นพื้นที่ส่งเสริมการเกษตรให้แก่ประชาชนโดยรอบพื้นที่มีการเพาะปลูกพืชผัก ผลไม้เมืองหนาว ซากาแพ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอากาศเย็นตลอดทั้งปีเนื่องจากตั้งอยู่บนภูเขาสูง และพื้นที่บริเวณใกล้เคียงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

สถานีวิจัยเกษตรหลวงอินทนนท์ เป็นศูนย์ที่มีกิจกรรมทางท่องเที่ยวจำนวนมาก อาทิเช่น สวน 80 พรรษา น้ำตกสิริภูมิ โรงเรียนจัดแสดงพันธุ์ไม้ สวนชากุระ และพื้นที่ใกล้เคียงกับศูนย์พัฒนาโครงการหลวงยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่

อีกทั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก เป็นแหล่งพัฒนา สาธิต และส่งเสริมการเพาะเห็ดหอม และกาแฟให้เป็นอาชีพเสริมให้แก่ประชาชนในเขตพื้นที่ดูแล และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตกยังมีเส้นทางจราจรที่สามารถเดินทางไปหมู่บ้านแม่กำปอง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงจึงเป็นจุดแวะพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากในพื้นที่มีลำตกไหลผ่าน มีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การนั่งพักผ่อน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย อยู่ในเขตพื้นที่ที่ไม่ไกลจากตัวเมืองมากนัก โดยมีการทำแปลงปลูกองุ่น สตรอเบอร์รี่ และมะม่วง และมีการปลูกพืชผัก และไม้ดอก โดยใช้ชื่อว่าอ่อนแจ่ม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผู้สนใจเข้าไปถ่ายรูป รับประทานอาหาร ชมบรรยากาศภายในบริเวณโดยรอบของพื้นที่

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของศูนย์การเรียนรู้ในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงที่มีการปรับปรุงสถานที่ ที่พักอาศัย แปลงดอกไม้ และแปลงสาธิตต่างๆ มีสิ่งที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ทำให้เป็นสิ่งดึงดูดของผู้มาเยือน ทำให้จำนวนผู้มาเยือนในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัยที่เพิ่มมากขึ้น การรองรับผู้มาเยือนจึงต้องมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการศึกษาด้านพฤติกรรมเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกข้อมูลได้หลากหลาย เช่น ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความต้องการด้านต่างๆ โดยพฤติกรรมต่างๆ ทั้งหลายเหล่านี้มีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดัน ทำให้เกิดพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันไปตามปัจจัย ซึ่งยังไม่มีการศึกษาในด้านของพฤติกรรมในพื้นที่ของสถานีวิจัยเกษตรและศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ผู้วิจัยจึงเห็นถึงปัญหาว่าพฤติกรรมของผู้มาเยือนสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงและสถานีวิจัย เพื่อให้มีความตอบสนองกับผู้มาเยือนที่เข้ามาใช้บริการในการศึกษาหาข้อมูลในพื้นที่ และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงในพื้นที่อื่นสามารถนำเอาข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้ในพื้นที่เพื่อพัฒนารูปแบบของศูนย์การเรียนรู้ให้รองรับกับผู้มาเยือน

### วัตถุประสงค์

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้  
โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ได้  
กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาโดยมี 4 พื้นที่ ประกอบด้วย

1.1 สถานีวิจัยโครงการหลวงอินทนนท์ ตั้งอยู่เขตหมู่บ้านขุนกลาง หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านหลวง  
อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

1.2 สถานีวิจัยโครงการหลวงอ่างขาง ตั้งอยู่เขตหมู่บ้านคุ้ม หมู่ที่ 5 ตำบลแม่งอน อำเภอ  
ฝาง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ตั้งอยู่ที่ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ตั้งอยู่ที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัด  
เชียงใหม่

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเนื้อหาครอบคลุมในประเด็นต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง  
จังหวัดเชียงใหม่

2.2 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัด  
เชียงใหม่

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ศูนย์การเรียนรู้  
โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

#### 3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้มาเยือนชาวไทยที่เข้าใช้บริการและทำกิจกรรมในศูนย์การ  
เรียนรู้โครงการหลวงทั้ง 4 ศูนย์ ได้แก่ โครงการหลวงอินทนนท์ โครงการหลวงอ่างขาง โครงการหลวง  
ตีนตก และโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม)

#### 4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้ทราบถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจทางของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่

#### ระดับนโยบาย

1. มุลนิธิโครงการหลวงจะสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็นการผลักดัน/ส่งเสริมศูนย์เรียนรู้อื่นๆ ในพื้นที่โครงการหลวง

#### ระดับปฏิบัติการ

1. หัวหน้าและเจ้าหน้าที่สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ของตนเองต่อไป

2. เจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาพื้นที่อื่นๆ ที่สังกัดมูลนิธิโครงการหลวง สามารถนำเอาแนวทางไปปรับใช้ในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการรองรับผู้มาเยือน

#### นิยามศัพท์ทั่วไป

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์เรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์ทั่วไปและนิยามศัพท์เฉพาะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**มูลนิธิโครงการหลวง** หมายถึง พื้นที่ที่มีการสาธิตการปลูกพืช หรือเลี้ยงสัตว์ เพื่อเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่เกษตรกร และบุคคลภายนอก มีการควบคุมคุณภาพผลผลิตของเกษตรกร และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวและการตลาด (มูลนิธิโครงการหลวง, 2555ก)

**พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไป

ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรวม เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2551)

**แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลมีความต้องการกระตุ้นและทำให้เกิดการใช้พลังที่มีอยู่ภายในตัวบุคคลกระทำกิจกรรมหรือมีความต้องการในการปฏิบัติงานและทุ่มเทการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันให้คนแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างตั้งใจ เต็มใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ (เนตรดาว มัชฌิชา, 2549)

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง** หมายถึง สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ซึ่งทั้ง 4 พื้นที่ อยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่

**พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การแสดงออกในด้านของการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยดูจากเป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมาและปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

**แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยภายในตัวบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลภายนอกและปัจจัยที่มีรากฐานมากจากความจำเป็นของบุคคล

**ผู้มาเยือน** หมายถึง ชาวไทยที่เข้าไปเที่ยวชม พักผ่อน ศึกษาดูงานและทำกิจกรรมที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) จังหวัดเชียงใหม่

## บทที่ 2

### การตรวจสอบเอกสาร

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเอกสารในประเด็นการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวคิด

#### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นตัวบ่งบอกถึงความชอบส่วนบุคคลแสดงไปถึงการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ รูปแบบ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

#### ความหมายของพฤติกรรมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนั้นสามารถแบ่งแยกได้เป็นหลายประเภทตามลักษณะบุคคลและปัจจัยต่างๆ ซึ่งพฤติกรรมที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมท่องเที่ยวคือพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในมุมมองของนักการตลาด

พฤติกรรมผู้บริโภค คือการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2556: ระบบออนไลน์)

จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550: ระบบออนไลน์) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ได้แก่

### ตารางที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม	ทราบถึง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
2. ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการอะไร (What does the consumer buy?)	- ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) - คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการ (Product or Service)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อหรือใช้บริการ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ (Who participates in buying?)	บทบาทขององค์กร (Organizations)
5. ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions)
6. ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการที่ไหน (Where does the consumer buy)	แหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคไปซื้อหรือเลือกใช้บริการ
7. ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการอย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations or buying process)

ซึ่งในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นได้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวสามารถมองในมุมมองนักการตลาดได้ สามารถศึกษาในประเด็นของการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค เอามาใช้ประกอบกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้น นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและความจำกัดความของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันท์ (2526: 38-39) พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคนซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัวและอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่องสำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภารกิจประจำวันที่ซ้ำซากนอกจากนี้ ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมี ประสบการณ์แปลกใหม่

ราณี อีสัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2551: 14) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวแหล่งข้อมูล การท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรวม เป็นต้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544: 24) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการการท่องเที่ยวและพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษา และมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็น เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความพึงใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง (ม.ป.ป.: 20) ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ดังนั้น สรุปในเรื่องของกระบวนการพฤติกรรม (Process of Behavior) หลักๆ คือ พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายในการตอบสนองแรงจูงใจเหล่านั้น

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555: 14) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยว จัดซื้อสินค้าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้

สุวิรัตน์ สุภณศิริ (2554: 8) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นสังเกตการณ์การกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

อาริสตา ลูกกลม (2558: 20) พฤติกรรมนักท่องเที่ยงที่แสวงหา สินค้า หรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง จะจัดซื้อสินค้าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ การศึกษาพฤติกรรมเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้

ดังนั้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยง คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคล โดยเกิดขึ้นมาจากสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งจูงใจ ซึ่งมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการต่อการท่องเที่ยวของตนเอง

### กระบวนการของพฤติกรรม

พิบูล ทีปะปาล (2543: 109) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด มีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการ เรียกว่า กระบวนการของพฤติกรรม มี 3 ข้อดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้น จะต้องมีส่วนทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัว

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น คือเมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว ประารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตนอย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากหลายปัจจัยทั้ง ด้านวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา

### องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สำหรับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 7 ประการ ดังต่อไปนี้ (ชวัลนุช อุทยาน, 2551: ระบบออนไลน์)

1. เป้าหมาย (Goal) หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมา จะต้องมีความหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบ ต้องการที่จะท่องเที่ยวแบบเนิบช้า สัมผัสกับธรรมชาติ เรียนรู้วัฒนธรรม และร่วมกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ความพร้อมทั้งทางด้านวุฒิภาวะและความสามารถในการประกอบกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบ ต้องมีความพร้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจจึงจะสามารถทำกิจกรรมนั้นๆ ได้

3. สถานการณ์ (situation) หมายถึง เป็นเหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกประกอบกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบเล่นสกี ควรจะเดินทางเพื่อประกอบกิจกรรมในช่วงฤดูหนาวของประเทศนั้นๆ

4. การแปลความหมาย (Interpretion) หมายถึง เป็นวิธีการคิดในรูปแบบอันหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด สำหรับสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลานักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหาร เป็นต้น

5. การตอบสนอง (Respondence) หมายถึง การกระทำที่บุคคลได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องวางแผนการเดินทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา (Outcome) หมายถึง ผลจากการกระทำที่แสดงออกมา อาจได้ผลตามที่คาดหวัง หรือตรงกันข้ามกับการคาดหวัง เช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมายังประเทศเนปาล แต่ปรากฏว่าช่วงเวลานั้นเกิดแผ่นดินไหวอย่างรุนแรง และสร้างความเสียหายแก่ประเทศเนปาล ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทาง และต้องยกเลิกกะทันหัน ดังนั้นจึงไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Disappointed Reaction) หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อกระทำบางสิ่งบางอย่าง แต่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรอง เพื่อที่จะเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ เพราะเห็นว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ (2554: 8) กล่าวว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมี องค์ประกอบ 7 ประการ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเกินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ต้นเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุ ฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทางกิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดีย ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ตามมา และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

### รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการเสนอรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้หลายคน ดังนี้

Cohen (1979 อ้างใน ชวัลนุช อุทยาน, 2551: ระบบออนไลน์) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

Perrault and Darden (2522 อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 62) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวแบบชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ที่มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร และมีความกระตือรือร้น แต่รายได้ค่อนข้างน้อย

3. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ที่มักใช้เวลาในการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดแต่รายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางระยะทางยาวนาน (Moderate Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวอย่างมาก แต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์ แต่ชอบการเดินทางที่ใช้เวลานานมากกว่า

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีต่างๆ โดยนักวิชาการต่างให้ปัจจัยที่ความสอดคล้องกันดังนี้

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556: 42-43) ได้ให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ไว้ 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อยๆ เช่น ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงข้ามกัน

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลไปถึงความรวดเร็วและสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ปลอดภัย

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้านตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดธรรมเนียมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558: 57-61) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว (Travel Stimuli) สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยวหมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ ที่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวใช้ในการดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมของนักท่องเที่ยว (Personal and Social Factors)

2.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับรายได้ และวงจรชีวิตครอบครัว เป็นต้น

2.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2.1 ความจำเป็น ความต้องการ แรงจูงใจ

ความจำเป็น หมายถึง สภาวะที่มนุษย์เกิดความรู้สึกว่าขาดสิ่งที่เป็นพื้นฐานในการตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง ความจำเป็นเกิดขึ้นจากการพร่อง หรือขาดในสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจด้านร่างกายและด้านจิตใจของนักท่องเที่ยว

ความต้องการ คือ ความปรารถนาของมนุษย์ในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือวิธีการใดวิธีการหนึ่งมาใช้ในการตอบสนองความจำเป็นของตนเอง ความจำเป็นในแต่ละประการของมนุษย์สามารถส่งให้เกิดความต้องการได้หลายอย่าง

แรงจูงใจ เป็นความต้องการส่วนบุคคลหรือสิ่งที่ยั้บให้มนุษย์กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งโดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.2.2 การรับรู้ ซึ่งมีขั้นตอนกระบวนการ คือ 1. การคัดกรองข้อมูลข่าวสาร 2. การปรับเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารให้สอดคล้องกับความโน้มเอียงหรือภาพในใจของตนเอง 3. การเลือกจดจำ 4. การสร้างภาพที่มีความหมายจากข้อมูลข่าวสาร

2.2.3 การเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง

2.2.4 ความเชื่อและทัศนคติ การยอมรับว่าบางสิ่งบางอย่างได้เกิดขึ้นจริง หรือเป็นเรื่องจริงและยังหมายถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างมั่นคงและหนักแน่น

2.2.5 บุคลิกภาพ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบเป็นตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางกาย พฤติกรรม การแสดงออก อารมณ์ และการมองโลกเป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้บุคลิกภาพของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป

2.2.6 ลักษณะการดำรงชีวิต หมายถึง วิธีการหรือแนวทางที่มนุษย์ใช้ในการดำเนินชีวิตซึ่งเกิดจากองค์ประกอบต่างๆ เช่น ทศนคติ ความสนใจ ความนิยม และความคิดเห็น ที่มีต่อตนเองและสิ่งแวดล้อม

2.2.7 แนวคิดเกี่ยวกับตัวเอง หรือภาพลักษณ์ของตนเอง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกที่มีต่อตัวเองในลักษณะที่เป็นวัตถุวิสัย

2.2.8 ประสบการณ์ในอดีต นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มักจะมีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น

### 2.3 ปัจจัยทางสังคมของนักท่องเที่ยว (Social Factors)

2.3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเหล่านี้ถูกคิดค้นขึ้นมาโดยมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม โดยมีการปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์และกาลเวลาอยู่ตลอดเวลา และยังเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

2.3.2 ชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นกลุ่มหรือระดับต่างๆ โดยใช้เกณฑ์ทางด้านฐานะทางเศรษฐกิจ การสืบเชื้อสายทางตระกูล ตำแหน่งหน้าที่การงาน และอาชีพเป็นเกณฑ์หลัก

2.3.4 ผู้นำทางความคิด เป็นผู้ที่มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ ในสังคมเดียวกัน

2.3.5 ครอบครัว เป็นกลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวมีความใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการด้วยมากที่สุด ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงได้รับอิทธิพลทางความคิดเห็น ค่านิยม พฤติกรรมจากบุคคลเหล่านี้ได้ง่ายที่สุด

3. ลักษณะเด่นและการให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Characteristics of Destination and Service-related Factors)

3.1 สถานที่ตั้งของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

3.2 ความง่ายในการเข้าถึงจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะ

3.3 ความแตกต่างทางด้านลักษณะทางภูมิศาสตร์ และ/หรือ ลักษณะทางวัฒนธรรม

3.4 มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ

3.5 มีนโยบายและกระบวนการในการขออนุญาตเข้าเมือง และการตรวจคนเข้าเมืองที่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ

- 3.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทางการท่องเที่ยว
- 3.7 มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- 3.8 มีภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว
- 3.9 มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

4. ปัจจัยภายนอกอื่นๆ (External Variables) ปัจจัยที่ไม่ได้รวมกับ 3 กลุ่มข้างต้น แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และยังรวมถึงปัจจัยที่อาจเป็นอุปสรรคหรือข้อจำกัดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นๆ

4.1 สถานการณ์ทางการเมือง ของประเทศที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเอง หรือของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

4.2 ความแตกต่างของค่าเงิน ในกรณีที่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวมีค่าเงินที่ต่ำกว่าประเทศที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว

4.3 อุปสรรค หรือข้อจำกัดส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อจำกัดทางการเงิน ด้านเวลา ด้านสุขภาพ และด้านภาษา

4.4 อุปสรรค หรือข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ดังกล่าวมีเหตุการณ์ความไม่สงบ มีการก่อการร้าย มีนโยบายปิดประเทศ เกิดสงคราม หรือมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้น เป็นต้น

ณัฐชนก อยู่จำรัส (2559: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีอยู่ 4 ข้อ ดังนี้

1. อินเทอร์เน็ต สิ่งที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับแรก คือ สังคมออนไลน์ ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางล้วนใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตประกอบการตัดสินใจทั้งนั้น สำหรับสมัยนี้ที่คนท่องเที่ยวโซเชียลตลอดเวลา หากอยากหาสถานที่ท่องเที่ยวสักแห่งหนึ่งก็เสิร์ชหา มี หลากหลายเว็บไซต์ที่รีวิว หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ บอกเล่าเรื่องราวด้วยภาพถ่าย และเขียนคำอธิบายประกอบว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ นำไปอย่างไร เพียงเท่านี้ก็ทำให้หลายๆคนอยากเดินทางตามทริปแล้ว

2. คนรอบข้าง เวลาที่เดินทางไปเที่ยวที่ไหน มักจะถ่ายภาพมาเป็นจำนวนมาก เพื่ออวดเพื่อน พร้อมกับบรรยายความประทับใจที่ได้ไปเจอมา ถึงตัวจะไม่ได้อยู่ใกล้กัน ก็ลงรูปใน Social Media ชวนให้คนอื่น ๆ อยากไปลองสัมผัสบรรยากาศแบบนั้นบ้าง คนที่ไม่เคยไป ก็อยากจะลองไปส่วนคนที่เคยไปแล้ว ก็อยากไปอีก

3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ถูกลง ตอนนี้มีหลายหน่วยงานออกมารณรงค์ให้ท่องเที่ยวไทย ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ มีเสนอราคาแพคเกจตั๋วเครื่องบินที่ถูกพร้อมที่พัก ซึ่งจัดโปรโมชั่นตลอดทั้งปี

4. วันหยุดยาว อีกปัจจัยหนึ่งที่ขาดไม่ได้ บางคนกำหนดแผนการท่องเที่ยวไว้ตั้งแต่เห็นตารางวันหยุดยาวในปฏิทินปีใหม่

ดังนั้นจึงสรุปความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ว่า เป็นกระบวนการของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในตัวบุคคล กระบวนการเรียนรู้ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยว

จากความหมาย คำสำคัญ และองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีองค์ประกอบและปัจจัยในหลายด้านเข้ามาเชื่อมโยงกัน ทั้งที่เกิดจากตัวบุคคลหรือเกิดการสภาพแวดล้อมเป็นตัวกำหนด ทั้งด้านเทคโนโลยี การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ทำให้เกิดพฤติกรรมทางสังคมและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งการเกิดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวจะมีตัวกระตุ้นอื่นๆ ที่ทำให้เกิดกระบวนการท่องเที่ยวเกิดขึ้นนั้นคือ แรงจูงใจ

### แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจเป็นปัจจัยก่อให้เกิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจออกมาท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคล มีนักวิชาการได้นำเสนอแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

Walters (1978 อ้างใน กฤษ เตชะประเสริฐ, 2556: 186) แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรม ในลักษณะที่มีเป้าหมาย

Pearce et al. (1998 อ้างในเลิศพร ภาระสกุล, 2556: 182) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือแรงอย่างหนึ่ง แต่แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจากความหมายของคำว่าแรงจูงใจที่นักทฤษฎีหรือนักวิจัยทางด้านจิตวิทยาได้กล่าวไว้ ซึ่งแรงจูงใจในที่นี้จะหมายถึงสาเหตุของการกระทำ

การจูงใจหรือแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการถูกกระตุ้นหรือช่วยยู่ให้บุคคลเคลื่อนไหวหรือแสดงพฤติกรรม ไปยังจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันให้พฤติกรรมแสดงออกมา เช่น แรงจูงใจในการแสวงหาอาหาร แรงจูงใจในการไปเดินทางพักผ่อน (สุพันธ์ณี ศรีเสนา, 2558: 192)

เนตรดาว มัชฌิชา (2549: 12) ให้ความหมายไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลมีความต้องการกระตุ้นและทำให้เกิดการใช้พลังที่มีอยู่ภายในตัวบุคคลกระทำกิจกรรมหรือมีความต้องการในการปฏิบัติงานและทุ่มเทการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันให้คนแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างตั้งใจ เต็มใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

การจูงใจ หมายถึงสภาวะที่อินทรีย์ถูกกระตุ้นหรือผลักดันโดยแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่หวังไว้ มีคำหลายคำซึ่งเกี่ยวข้องกับการจูงใจอย่างใกล้ชิด เช่น ความต้องการ (need) ความพยายาม (striving) ความปรารถนา (desire) แรงขับ (drive) ความทะเยอทะยาน (ambition) เป็นต้น (พริ้มเพรา ดิษยวณิช, 2559: ระบบออนไลน์)

แรงจูงใจ (Motivation) คือ สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ เอง ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอกได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่นๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2562: ระบบออนไลน์)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544: 59) กล่าวว่าพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจนเพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้นและยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปทั้งในด้านพฤติกรรมบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษาและมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยวจนมีความพร้อมและความพึงใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง โดยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถจัดกลุ่มได้ 2 ประเภทตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่

1. แรงจูงใจเพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจโดยการแสวงหารูปแบบและกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคลเช่นการเล่นกีฬาการท่องเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติวัฒนธรรมและแหล่งบันเทิงการรักษาสภาพการเยี่ยมชมอุทยานธรรมชาติและภูมิทัศน์เป็นต้น

2. แรงจูงใจเพื่อการติดต่อและการขยายงานทางธุรกิจแรงจูงใจด้านนี้ มีความสำคัญมากขึ้นในยุคของการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ทำให้ภาคธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่องและประกอบการก็ยังคงจำเป็นต้องเดินทางเพื่อการติดต่อขยาย

งานให้กว้างขวางขึ้นแรงจูงใจด้านนี้ย่อมผสมผสานกับแรงจูงใจในข้อแรกไปด้วยในทุกครั้งที่มีการเดินทาง เพราะการท่องเที่ยวเป็นความต้องการในจิตใจของมนุษย์ทุกคนประกอบกับการมีแรงผลักดันทางด้านร่างกายและจิตใจของบุคคลและการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจจากหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนก็ยิ่งทำให้แรงจูงใจเรื่องนี้ถูกผลักดันให้มีการลงมือปฏิบัติอย่างมีเป้าหมายในเวลาอันรวดเร็วยิ่งขึ้น

### องค์ประกอบของแรงจูงใจ

Daan (1981 อ้างใน เลิศพร ภาระสกุล, 2556: 197-198) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 อย่างดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้น (motivated) ด้วยความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่างออกไปจากประสบการณ์ที่สามารถจะหาได้ในประเทศหรือในบ้านเมืองของเรา

2. จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทำหน้าที่ดึงดูด (pull) ในลักษณะของการตอบสนองต่อแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยผลัก (push) แนวคิดนี้จึงเป็นการจำแนกแรง 2 แรงที่มีความแตกต่างกันระหว่างความปรารถนาหรือความต้องการ (Desire) ในตัวของนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลัก (push) กับอีกด้านหนึ่งคือความดึงดูดใจน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (attraction) หรือจุดหมายปลายทาง (destination) ซึ่งเป็นปัจจัยดึง (pull)

3. แรงจูงใจคือการจินตนาการการเพ้อฝัน (fantasy) นักท่องเที่ยวทำการเดินทางเพื่อสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่เขาจะไม่ถูกกลองโทษทางวัฒนธรรม (culturally sanctioned) ในประเทศของตัวนักท่องเที่ยวเอง

4. แรงจูงใจคือจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ถูกจัดเป็นระดับชั้นต่างๆ (classified purpose) กล่าวคือ มีการจัดประเภทของจุดมุ่งหมายของการเดินทางออกเป็นชนิด เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร การเดินทางเพื่อความสนุกสนาน การเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้

5. ชนิดของแรงจูงใจ (motivational typologies) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

5.1 การแบ่งประเภทในเชิงพฤติกรรม (behavioral typologies) เช่น แรงจูงใจประเภท sunlust คือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายเหมือนอยู่ที่บ้าน แรงจูงใจประเภท wanderlust คือ ความอยากรู้อยากเห็น ต้องการมีประสบการณ์ที่แปลกใหม่และไม่คุ้นเคย

5.2 การแบ่งประเภทตามบทบาทของนักท่องเที่ยว (tourist role)

6. แรงจูงใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความเป็นของแท้ (authenticity) ของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยังเป็นประเด็นที่ยังไม่เป็นที่ยุติเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

7. แรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คำจำกัดความเอง (auto definition) ยึดหลักการที่ว่า นักท่องเที่ยวอธิบายแรงจูงใจด้วยตัวของเขาเอง Dann เชื่อว่าจะทำให้เราเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ดีกว่าการสังเกตของเราเอง

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544: 80-83) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของและบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่จะมีผลทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ที่เป็นสาเหตุและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทาง และบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านความต้องการพักผ่อนของบุคคล การรับรู้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเรียนรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ความเชื่อในสถานการณ์ข้อมูลที่ได้เคยพบเห็น ทศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว บุคลิกภาพในของแต่ละบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และมีอิทธิพลเชิงลึกต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก หมายถึงปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทาง หรือไม่เดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะการทำงาน สถานภาพและวัฏจักรครอบครัว ลักษณะการบริโภคของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยทางเศรษฐกิจในครัวเรือน และเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมายระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารและเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยที่มีรากฐานมากจากความต้องการจำเป็นของบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่เป็นความต้องการจำเป็นทางด้านร่างกายและจิตใจของมนุษย์ทุกคน ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ที่กล่าวว่า มนุษย์มีลำดับขั้นของความต้องการจำเป็นอย่างต่อเนื่อง หากความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นต่อไป ลำดับขั้นความต้องการจำเป็นเหล่านี้ ได้แก่

3.1 ความต้องการจำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และสุขอนามัย

3.2 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความปลอดภัย การคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ได้รับการบริการที่ซื่อสัตย์

3.3 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความสัมพันธ์ และได้รับการยอมรับในสังคม ได้รับความรัก ความเข้าใจ ให้ความสำคัญ ยกย่อง เอาใจใส่จากกลุ่มเพื่อน

3.4 ความต้องการจำเป็นในเรื่องเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรี ความมีหน้าตา และสถานะทางสังคม เป็นแรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี หรือได้พบเห็นทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่เป็นเกียรติมากกว่าคนอื่น

3.5 ความต้องการจำเป็นในเรื่องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิตที่พึงกระทำได้ตามศักยภาพ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของตน ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจที่มีเป้าหมายสูงสุด และแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ทฤษฎี Maslow's Hierarchy of Needs หรือ Five-fold Hierarchy System of Maslow เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวว่า ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้น โดยทฤษฎีนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 3 ประการคือ

1. ความต้องการของมนุษย์มีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้น ได้รับความตอบสนองหรือยัง ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ เป็นเช่นนี้เรื่อยไป ไม่มีสิ้นสุด

2. ความต้องการที่ได้รับตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับความสำคัญ คือเมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงขึ้นก็จะเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

Maslow (1943) ได้สร้างลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายสู่ความต้องการขั้นสูงสุด เมื่อมนุษย์ประสบความสำเร็จความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว มนุษย์จะมุ่งความต้องการขั้นสูงขึ้นโดย Maslow ได้แบ่งขั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับขั้น โดยเริ่มต้นจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายของมนุษย์ไปสู่จุดยอดอันได้แก่

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิตเนื่องจากร่างกายจะต้องได้รับการตอบสนอง เพราะถ้าไม่ได้รับการตอบสนองแล้ว ชีวิตไม่สามารถดำรงอยู่ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกาย ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการในระดับสูงขึ้น นั่นคือความต้องการความปลอดภัยจะเข้ามาแทนที่ เช่นความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนความมั่นคงในหน้าที่การงาน เพราะมนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น จากอุบัติเหตุ จากอาชญากรรม จากการถูกออกจากงาน เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับความรักจากบุคคลอื่น การเข้าร่วมและได้รับการยอมรับความเป็นมิตรของสังคมโดยทั่วไป ตลอดจนต้องการความรักจากเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นความต้องการที่จะให้บุคคลหรือเพื่อนร่วมงานยอมรับในความสำเร็จของตนเอง

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการอยากเด่นเป็นที่ยอมรับในสังคม และมีความเชื่อมั่นในตนเองถึงความสำเร็จ ตลอดจนการได้รับการยกย่องนับถือ รวมถึงความต้องการที่จะมีฐานะเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปในสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่บุคคลธรรมดาส่วนมาก นึกอยากจะเป็นหรือนึกอยากจะได้ แต่ไม่สามารถหาได้ การที่บุคคลได้บรรลุถึงความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความนึกคิดที่อยากจะเป็นบุคคลที่มีความสามารถได้รับการยกย่องจากบุคคลทั่วไป หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ เป็นต้น

Swarbrooke and Horner (1999) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจมีด้วยกันหลายปัจจัยได้แก่

1. บุคลิกภาพ (Personality) นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเข้าสังคม มีพฤติกรรมที่ชอบการเรียนรู้ ความแปลกใหม่ มีแรงจูงใจสำหรับการศึกษาวัยรุ่นที่แปลกใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบความสันโดษ เรียบง่าย จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน
2. การดำเนินชีวิตประจำวัน (Lifestyle) นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะมีวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไป เช่น บางกลุ่มชอบกีฬา จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือบางกลุ่มชอบการท่องเที่ยวแบบหวนคิดถึงอดีต จะมีแรงจูงใจท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ทำให้นึกถึงอดีต เป็นต้น
3. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว (Past experiences) ความรู้สึกที่ได้ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นๆ ถ้าเกิดความพอใจ ณ สถานที่ใดที่หนึ่งจะเกิดแรงจูงใจให้ต้องการเดินทางกลับไปยังสถานที่นั้นๆ อีก แต่ในทางตรงกันข้ามเมื่อรับประสบการณ์ที่ไม่ดีจากสถานที่นั้นๆ ทำให้ไม่ต้องการกลับไปนั้นอีก
4. ภาพพจน์ตนเอง (Self-image) การแสดงภาพลักษณ์ของตนเองออกมาเพื่อต้องการให้ผู้อื่นทราบว่า ตนมีความชื่นชอบทางด้านไหนหรือลักษณะเป็นเช่นไร
5. เพศ (Gender) โดยส่วนใหญ่ผู้ชายมักจะมีแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมที่มีการใช้พลังกำลังมากกว่าผู้หญิง เช่น ติกอล์ฟ และดำน้ำ เป็นต้น สำหรับผู้หญิงมีแรงจูงใจในการทำกิจกรรมเบาๆ ผ่อนคลาย เช่น การช้อปปิ้ง การทำสปา และการรับประทานอาหาร เป็นต้น

6. เชื้อชาติ (Nationality) บุคคลแต่ละชนชาติต่างก็มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น ชาวต่างชาติซึ่งอาศัยอยู่ในเขตภูมิภาคสทนาว มักจะมีแรงจูงใจในการพักผ่อนตามชายหาดและอาบแดด เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจนั้น แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่มีความต้องการการกระตุ้นและทำให้เกิดขึ้น โดยองค์ประกอบของแรงจูงใจนั้นเกิดขึ้นการกระตุ้น จุดหมายปลายทางมีความน่าดึงดูด และมีจุดหมาย เป้าหมาย ตามแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนด ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทาง ซึ่งจากการศึกษามานี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวโดยสรุปประกอบไปด้วยปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก และปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรณีกา จารุภรณ์ (2560) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 385 คนโดยอาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์

การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากออกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวคือการพักผ่อนหย่อนใจกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจคือการศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นและอาศัยโฮมสเตย์ของชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นโดยปัจจัยหลักคือเพื่อต้องการการพักผ่อนหย่อนใจต้องการความสงบรวมถึงการเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนพร้อมกับมีปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางคือความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางในด้านกรรับรู้ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยตรงในระดับปานกลางส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลมาจากผู้อื่นที่เคยเดินทางมาเยือนก่อนหน้าแล้วรวมถึงได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อออนไลน์ในการรีวิวแหล่งท่องเที่ยว

เมลดา ธนิตนนท์ (2560) แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า

15,000 บาท และมีภูมิลำเนาในภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน ด้านปัจจัยหลัก เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 (ระดับน้อย) และให้ความสำคัญกับปัจจัยดังในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก มากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความเงียบและสงบของเมืองน่านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้างทรงล้านนาโบราณ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (ระดับปานกลาง)

กาญจนา กาแก้ว (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ผลการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.6 เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.70 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 78.00 เคยมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตรหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.90 มาท่องเที่ยววันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 69.90 มีเพื่อนแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 43.20 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 500 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.40 สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเกี่ยวกับผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 80.6 จ่ายเงินซื้อของพื้นเมืองและของที่ระลึก 500 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.10 เข้าร่วมกิจกรรมโดยชิมผลไม้มานานานาชนิด คิดเป็นร้อยละ 37.90 มีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับสวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 56.10 ไปเที่ยวสวนเกษตรแบบไปเช้า - เย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 78.50 และสนใจการเที่ยวชมสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 54.50 และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนเกษตร จังหวัดระยอง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีดังนี้ เพศมีความสัมพันธ์กับผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว และรูปแบบการเที่ยวชมการท่องเที่ยวที่สนใจ อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยว ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว และยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว และ ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพราชการ

หรือพนักงานของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท 2) ด้านการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวพบว่าในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยได้รับข้อมูลจากสื่อที่เป็นบุคคลมากที่สุด ได้แก่ เพื่อและเพื่อร่วมงาน ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในเกณฑ์มาก ได้แก่ ทีวี รองมาคือ อินเทอร์เน็ต 3) ด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวพบว่า ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มาก โดยองค์ประกอบทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับแรก ได้แก่ บรรยากาศการนั่งเรือชมวิวนิวทัศน์ รองลงมา คือความเป็นธรรมชาติของสภาพแวดล้อม 4) ทางด้านการตลาดทางการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับแรก คือ การให้บริการของเรือนำเที่ยวหรือชมตลาดน้ำ รองลงมาคือ คุณภาพการบริการของแม่ค้าพ่อค้า และทางด้านการขนส่งและอำนวยความสะดวกอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับแรก ได้แก่ มีจุดบริการนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 5) ด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มาก โดยแรงจูงใจด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ลำดับแรก ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านเรือนไทยและสถาปัตยกรรมไทยโบราณ รองลงมา คือรูปแบบของการท่องเที่ยว เช่นการนั่งเรือชมหิ่งห้อย ส่วนแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวด้านกายภาพอยู่ในเกณฑ์มาก ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ 6) พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรมในการท่องเที่ยว คือ การถ่ายรูป โดยท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ ครอบครัวหรือญาติ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-4 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,000-5,000 บาท สิ่งจูงใจที่ทำให้มาท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ นอกจากนี้ยังจะบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวที่นี้แน่นอนและจะกลับมาท่องเที่ยวอีกหากมีโอกาส

เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน จากผลการวิจัยในเรื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขนพบว่าระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้นอยู่ในระดับมากโดยหากจำแนกตามปัจจัยรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดมากกว่าด้านปัจจัยผลัก (เหตุผล) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยผลัก (เหตุผล) นั้นกลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจด้านเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนสูงที่สุดด้านปัจจัยดึงดูดกลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจด้านความสวยงามของสถานที่สูงที่สุด

พรพิมล วิกรัยพัฒน์ (2554) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ มีรายได้ระหว่าง 5000 - 10,000 บาท ในด้านปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชียงใหม่จากเพื่อน/ญาติและเลือกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รองลงมาคือ ประเพณีกิจกรรมต่างๆและแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานหรือวัดวา กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังใน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามดึงดูดทั้งนี้ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในส่วนของการวิเคราะห์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยพื้นฐานได้แก่เพศอายุระดับการศึกษารายได้มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างและยังพบว่าแรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นในด้านสื่อและความคาดหวังมีผลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

วิคเนีย มายอร์ (2555) การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นผู้ไม่ได้ทำงานประจำ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่อยู่ภาคใต้ โดยพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวโดยเดินทางมากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลและส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแร่ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาคือ เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดและความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ

นภัสวณัจจ์ ศักดิ์ชัชวาล (2553) ผลการศึกษาภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 26-30 ปีมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพพนักงานบริษัท-ลูกจ้างเอกชน มีสถานภาพโสดและมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาทผลการศึกษาภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างทางด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมากกว่า 10 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง 3-5 ชั่วโมงช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันคือ 18.01-24.00 น. ที่ทำงานเป็นสถานที่กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ตคือค้นหา และติดตามข่าวสารตามแบบเขามากที่สุดผลการศึกษาภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างทางด้านพฤติกรรมมาท่องเที่ยวทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในรอบหนึ่งปีสามถึงสี่ครั้งมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละครั้งหนึ่งถึงสามวันมีผู้ร่วมเดินทางคือครอบครัวญาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้แก่อุทยาน วนอุทยาน สวนรุกขชาติ น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน ภูเขา ทะเล หาดทราย เกาะ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านสถานที่หากอยู่ในระดับมากโดยมีความถี่ในการเข้าไปแสวงหาข้อมูลด้านประเภทของสถานที่พักเช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮเทลบังกะโล เป็นต้นสูงที่สุดซึ่งเป็นความถี่ในระดับมาก ในด้านการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้ข้อมูลท่องเที่ยว ได้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหลังจากแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นบางครั้งกลุ่มตัวอย่างมี

การนำข้อมูลมาวางแผนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับมากโดยมีความถี่การเข้าไปแสวงหาข้อมูลในด้านสถานที่ท่องเที่ยวสูงที่สุด

ณรงค์เยาว์ วิริยานนท์ (2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยแวดล้อมด้านนันทนาการบริเวณน้ำตกกระทิง อุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีความสะดวกในการเข้าถึงมาก ความห่างไกลของแหล่งท่องเที่ยวจากเสียงรบกวนจากภายนอกมีมาก ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมีสูง โอกาสในการพบปะผู้คนอยู่ในระดับปานกลาง ร่องรอยผลกระทบจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์พื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง ระดับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลาง การควบคุมนักท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบอยู่ในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก และบริหารที่อุทยานแห่งชาติจัดให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ฟูศักดิ์ กาญจนสำราญวงศ์ (2546) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งและฤดูกาลท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 54.10 มีแรงจูงใจสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนร่วมกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง รองลงมาคือ การผ่อนคลายความตึงเครียดจากหน้าที่การงานและการศึกษาธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 22.20 และร้อยละ 17.30 ตามลำดับ สำหรับฤดูกาลท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมากที่สุดคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 51.70 รองลงมาคือช่วงวันหยุดในวันธรรมดา และช่วงวันหยุดเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 18.30 และร้อยละ 14.10 ตามลำดับ

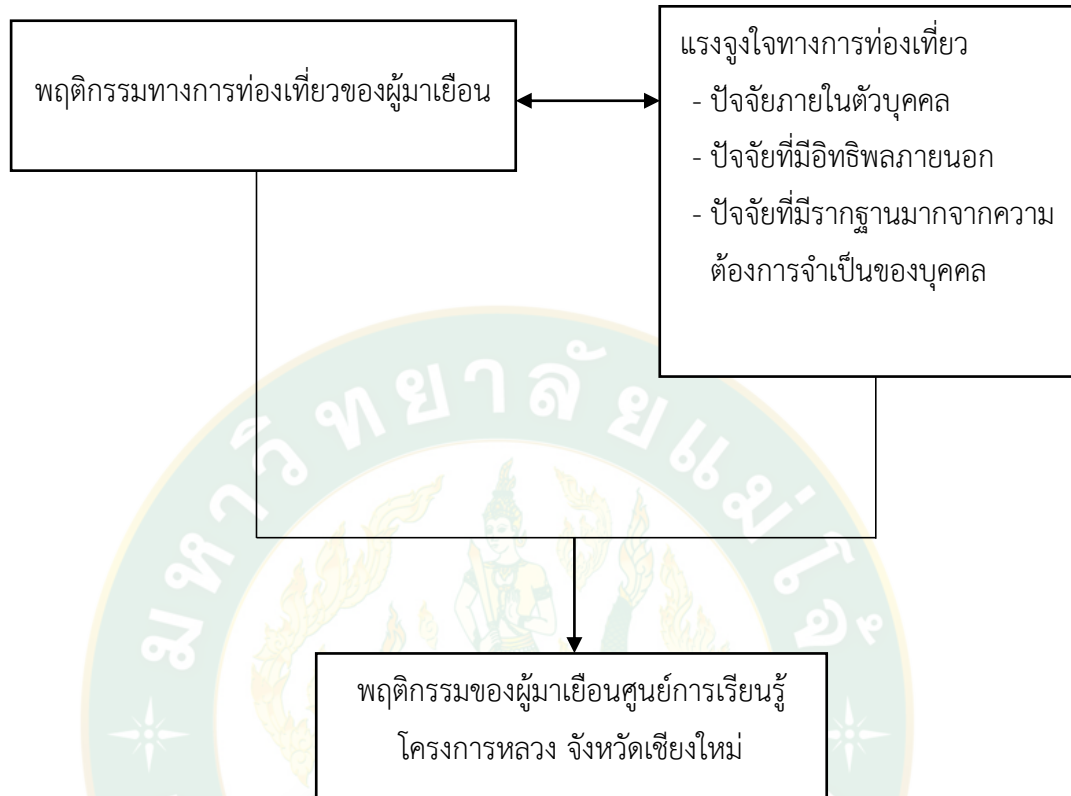
## ภาคสรุป

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย ซึ่งส่งผลดีในด้านของเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากภาคการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้ชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงและเจริญเติบโตขึ้นตามยุคสมัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งมีความสูงจากระดับน้ำทะเลแตกต่างจากทางภาคกลางอย่างเห็นได้ชัด และมีทรัพยากรท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งมีทางด้านธรรมชาติ ทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาจากหลากหลายพื้นที่ ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันแล้วแต่บุคคล

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้ใช้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยระบุตัวแปรที่อยู่ในกรอบแนวคิดการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยขอบเขตการวิจัย นิยามศัพท์ เพื่อที่จะทำให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษพฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงจังหวัดเชียงใหม่ได้

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จึงศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง ซึ่งมีการเชื่อมโยงกับ 2 แนวคิดดังนี้ แนวคิดแรก คือ พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานของแต่ละบุคคล เพื่อให้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนจึงเชื่อมโยงกับ องค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดย ชวัลนุช อุทยาน (2554) ได้กล่าวไว้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 7 อย่าง คือ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง เพื่อเป็นการศึกษาพฤติกรรมและความรู้สึกของผู้มาเยือนต่อศูนย์การเรียนรู้แนวคิดที่ 2 คือ แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว บุคคลแต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน ตามปัจจัยและสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น ดังนั้นจึงต้องศึกษาปัจจัยภายในตัวบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลภายนอก ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล แสดงได้ถึงกรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

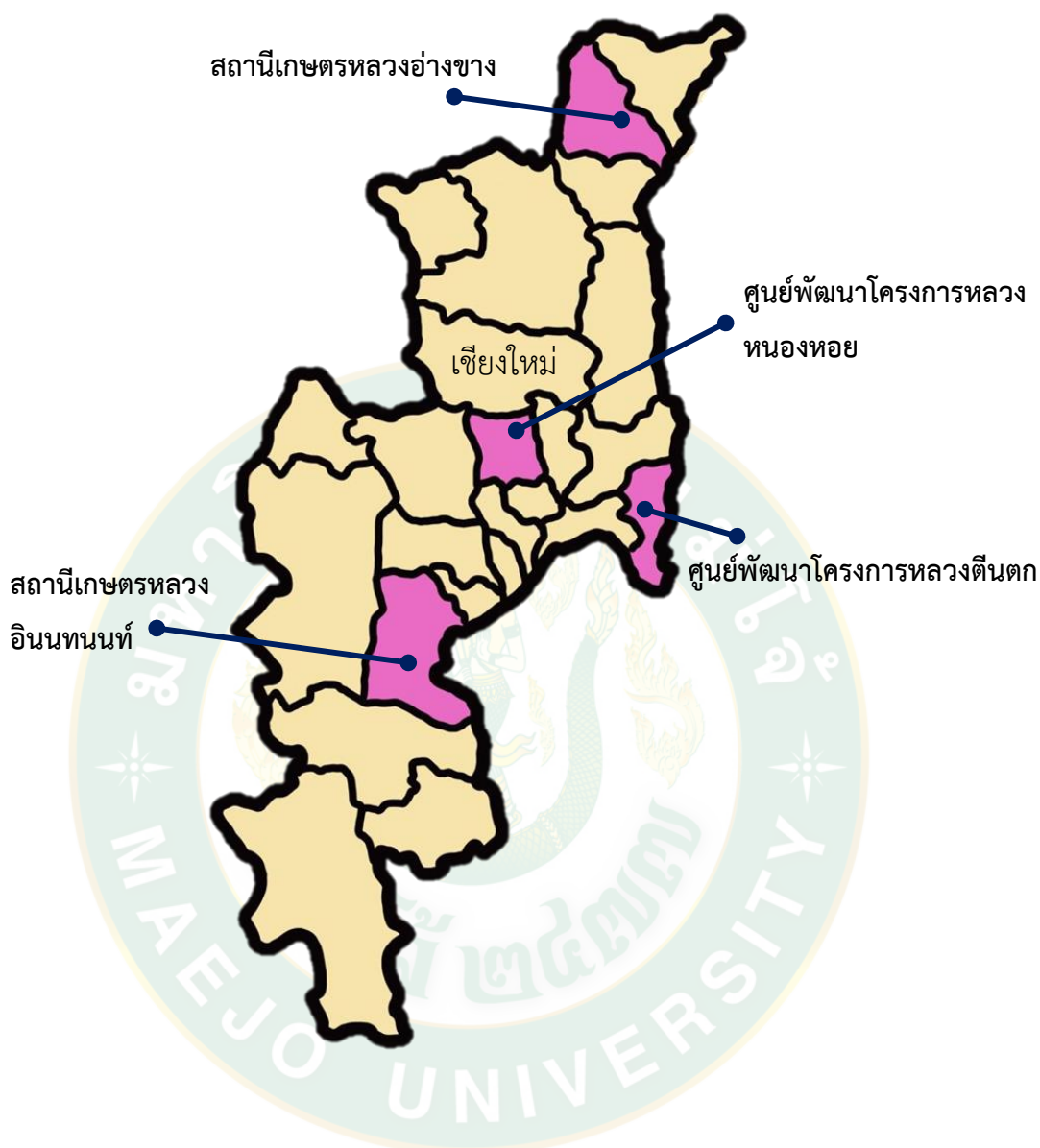
การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลโดยมีลำดับขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

#### สถานที่ดำเนินการวิจัย

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงมีทั้งหมด 39 แห่ง หลายพื้นที่ที่มีการให้บริการแก่ผู้มาเยือน แต่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการในพื้นที่

1. สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง ตั้งอยู่ในเขตหมู่บ้านคุ้มหมู่ที่ 5 ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
2. สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ตั้งอยู่ในเขตหมู่บ้านขุนกลาง หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
3. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ตั้งอยู่ที่ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
4. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ตั้งอยู่ที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

การเลือกสถานที่ดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ทั้ง 4 พื้นที่นี้เนื่องจาก ได้สัมภาษณ์คุณสายชม ธเนศนิตย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวว่า ทั้ง 4 พื้นที่ เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของโครงการหลวง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการรองรับผู้มาเยือน มีทั้งร้านอาหาร ร้านกาแฟ ให้บริการแก่ผู้มาเยือน และเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในการเดินทางไปมาที่สะดวก จากพื้นที่ทั้งหมด 39 แห่ง



ภาพที่ 3 แผนที่แสดงพื้นที่ของโครงการหลวงในการทำการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้มีหน่วยวิเคราะห์เป็นหน่วยบุคคลผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 แห่ง สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแห่งไม่มีการเก็บสถิติผู้มาเยือนที่แน่นอน ทำให้

ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงนำมาคำนวณสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังสูตรของ W.G.cochran ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

$Z$  = ระดับความมั่นใจกำหนดที่ 95% โดยกำหนด  $Z=1.96$

$d$  = สัดส่วนความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะสอดคล้องกับค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.50(1 - 0.50)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$\approx 385$$

จากสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจะได้ขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ซึ่งผู้วิจัยเก็บตัวอย่างใน 4 พื้นที่ ซึ่งจากสูตรที่คำนวณได้นั้นจะได้พื้นที่ละ 96.25 คน แต่เพื่อให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และปริมาณประชากรในแต่ละพื้นที่มีความเท่ากันและง่ายต่อการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงทำการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้กลุ่มที่เป็นผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงทั้ง 4 แห่ง แบ่งเป็นพื้นที่ละ 100 คน

การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นพื้นที่ละ 100 คนตามการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) แล้วเลือกแบบบังเอิญจนครบตามจำนวนที่ต้องการ
2. ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน กันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ.2560 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 3 เดือน

### ตัวแปรและการวัดตัวแปร

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต่างๆ สำหรับการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
  - 1.1 เพศ หมายถึง การแบ่งเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิง ซึ่งแสดงถึงลักษณะที่แสดงถึงความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูล
  - 1.2 อายุ หมายถึง อายุของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนปีของผู้ให้ข้อมูลตั้งแต่เกิดจนถึงวันที่ยกข้อมูลในการวิจัย
  - 1.3 ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิสองที่ผู้ให้ข้อมูลได้ศึกษาเล่าเรียนในสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน
  - 1.4 อาชีพ หมายถึง อาชีพหลักของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลตอบแทนเป็นเงินสด หรือสิ่งตอบแทนอื่นๆ ซึ่งระบุเพียงอาชีพเดียว
  - 1.5 รายได้ หมายถึง จำนวนเงินสุทธิที่ได้รับจากการประกอบอาชีพหลักของกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นจำนวนต่อปี
  - 1.6 ภูมิฐานะ หมายถึง ถิ่นที่อาศัยหลักของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน
3. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน
  - 3.1 ปัจจัยภายในตัวบุคคล
  - 3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลภายนอก
  - 3.3 ปัจจัยที่มีรากฐานมากจากความต้องการจำเป็นของบุคคล

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้สร้างขึ้นครอบคลุมเนื้อหาตามแนววัตถุประสงค์ของงานวิจัย ประกอบด้วยแนวคำถาม 3 ตอน

ตอนที่ 1 เพื่อรวบรวมข้อมูลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ให้ข้อมูล มีลักษณะเป็นแบบปลายปิด (close-ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ สถานภาพ ภูมิลำเนา วุฒิกการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น และแบบปลายเปิด (open-ended Question) คือ อายุ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้มาเยือนในศูนย์เรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญด้านพฤติกรรมลักษณะของแบบสอบถามในตอนี่ 2 มี 2 ลักษณะ คือ 1.แบบสอบถามแบบปลายปิด (close-ended Question) 2.แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ธ (Likert's rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยกำหนดค่าคะแนนที่ใช้การประเมิน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
ความคิดเห็นมากที่สุด	5 คะแนน
ความคิดเห็นมาก	4 คะแนน
ความคิดเห็นปานกลาง	3 คะแนน
ความคิดเห็นน้อย	2 คะแนน
ความคิดเห็นน้อยที่สุด	1 คะแนน

ดังนั้นเกณฑ์ในการแปลความหมายจึงเป็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ด้านแรงจูงใจพฤติกรรมผู้มาเยือนในศูนย์เรียนรู้โครงการหลวง ท้องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสอบถามแรงจูงในการท่องเที่ยว ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ธ (Likert's rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยกำหนดค่าคะแนนที่ใช้การประเมิน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
ความคิดเห็นมากที่สุด	5 คะแนน
ความคิดเห็นมาก	4 คะแนน
ความคิดเห็นปานกลาง	3 คะแนน
ความคิดเห็นน้อย	2 คะแนน
ความคิดเห็นน้อยที่สุด	1 คะแนน

ดังนั้นเกณฑ์ในการแปลความหมายจึงเป็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

### การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความตรงในเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยจะได้สร้างและกำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ต่อจากนั้นนำไปเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องตามเนื้อหาที่ต้องการวิจัยจากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด โดยใช้แบบประเมิน IOC ว่ารายละเอียดของแบบสอบถามนั้นครอบคลุมถึงเนื้อหาและวัตถุประสงค์ทั้งหมดของการวิจัยหรือไม่ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

โดย	IOC	คือ	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
	R	คือ	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยจะได้นำไปทดสอบกับประชาชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงในการวิจัย เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยการ

ทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha Coefficient) ของ Cronbach's (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125) มีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดย  $\alpha$  = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

$n$  = จำนวนคำถามในแบบทดสอบ

$s_i^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$s_t^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนผู้ถูกทดสอบทั้งหมด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากคั่นคว่า เอกสาร วิทยานิพนธ์ หนังสือ ข้อมูลสถิติตัวเลข และใช้การสืบค้นจากสื่อออนไลน์ เช่น ข้อมูลของมูลนิธิโครงการหลวงและศูนย์พัฒนาโครงการหลวง แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และเพื่อนำมาใช้ในกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโครงการหลวงทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2560 จนถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ผู้วิจัยได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทั้ง 4 พื้นที่ เพื่อแจ้งความประสงค์ในการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 ผู้วิจัยจัดทำต้นแบบของแบบสอบถามเพื่อวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยกลุ่มตัวอย่างที่กรอกแบบสอบถามที่เป็นต้นแบบจะไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างที่กรอกแบบสอบถามฉบับจริง

2.3 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อนำมาทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นปรับปรุงและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสร้างแบบสอบถามฉบับจริงและแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

2.4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัน เวลา และสถานที่ที่ผู้วิจัยที่กำหนดไว้

## 2.5 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์ แปลผล และสรุปผลการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบกราฟแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดจนการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บจากผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 4 พื้นที่ประกอบด้วย 1) สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง 2) สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ 3) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก และ 4) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการศึกษาได้อภิปรายในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และความเรียง เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมประเด็นเนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้มาเยือน  
ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือน

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	168	42.00
หญิง	232	58.00
<b>รวม</b>	400	100
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 30	238	59.50
31 – 40	76	19.00
41 – 50	52	13.00
51 – 60	31	7.75
มากกว่า 60	3	0.75
<b>รวม</b>	400	100
หมายเหตุ	Max = 64	Min = 15
	$\bar{X}$ = 31.63	SD = 10.37
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	279	69.75
สมรส	111	27.75
หย่า/แยกกันอยู่	6	1.50
หม้าย	4	1.00
<b>รวม</b>	400	100

ตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือน (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>ภูมิภาค</b>		
ภาคเหนือ	236	59.00
ภาคกลาง	60	15.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30	7.50
ภาคตะวันออก	35	8.75
ภาคตะวันตก	14	3.50
ภาคใต้	25	6.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>วุฒิการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	134	33.50
ปริญญาตรี	246	61.50
สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพหลัก</b>		
พนักงานบริษัท	61	15.25
เจ้าของธุรกิจ	33	8.25
เกษตรกร	17	4.25
นักเรียน นักศึกษา	165	41.25
ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	37	9.25
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	30	7.50
ผู้เกษียณอายุ	2	0.50
อื่นๆ(รับจ้าง)	55	13.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือน (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>รายได้</b>		
น้อยกว่า/เท่ากับ 15000 บาท	206	51.50
15001-30000 บาท	98	24.50
30001-45000 บาท	60	15.00
45001-60000 บาท	25	6.25
60001-75000 บาท	4	1.00
75001-90000 บาท	2	0.50
มากกว่า 90001 บาท	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ อธิบายได้ดังนี้

#### เพศ

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และเพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยเป็นไปตามสถิติจำนวนประชากรของประเทศไทยที่แสดงผลว่ามีประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

#### อายุ

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 31.63 ปี โดยมีอายุมากที่สุดคือ 64 ปี และอายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.37 ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้ให้ข้อมูลมีอายุที่แตกต่างกันมาก 59.5 ผู้มาเยือนมีอายุช่วงน้อยกว่า 30 ปี รองลงมาร้อยละ 19.00 มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 13.00 มีช่วงอายุ 41 – 50 ร้อยละ 7.80 มีช่วงอายุ 51 – 60 และร้อยละ 0.80 มีช่วงอายุมากกว่า 60

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นจนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ความคิด การตัดสินใจ หรือแม้กระทั่งสังคม ซึ่งมีความต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม

#### สถานภาพ

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 69.80 รองมาเป็นสมรส ร้อยละ 27.80 หย่า/แยกกันอยู่ ร้อยละ 1.5 และหม้าย ร้อยละ 1.00

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เนื่องด้วยช่วงอายุที่อยู่ในช่วงน้อยกว่า 30 เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียน หรือวัยเริ่มทำงาน ทำให้มีอิสระทางความคิดและการตัดสินใจโดยไม่ต้องคำนึงถึงบุคคลอื่น ซึ่งสังคมไทยในปัจจุบันผู้คนเริ่มแต่งงานในอายุที่มากขึ้นกว่าสมัยก่อน เนื่องจากต้องการมีหน้าที่การงานที่มั่นคงก่อนจะตัดสินใจแต่งงาน

#### ภูมิลำเนา

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเป็นคนภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 59.00 ภาคกลาง ร้อยละ 15.00 ภาคตะวันออก ร้อยละ 8.80 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 7.50 ภาคใต้ ร้อยละ 6.25 และภาคตะวันตก ร้อยละ 3.50

โดยส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เนื่องจากศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอยู่ในภาคเหนือ และช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องข้อมูล ไม่ใช่ช่วงเทศกาลที่ผู้มาเยือนที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆ จะเดินทางมามากนัก

#### วุฒิการศึกษา

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมา มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 33.50 และสูงกว่าปริญญาตรี 5.00

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นวุฒิการศึกษาที่เป็นพื้นฐานของระบบการศึกษาของประเทศไทย ทำให้มีกระบวนการและระบบการคิดวิเคราะห์ในสิ่งต่างๆ

#### อาชีพหลัก

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพหลักพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 41.30 พนักงานบริษัท ร้อยละ 15.30 อื่นๆ ร้อยละ 13.80 ข้าราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.30 เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 8.30 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 7.50 เกษตรกร ร้อยละ 4.30 และผู้เกษียณอายุ ร้อยละ 0.50

จากการให้ข้อมูลอาชีพหลัก ในข้ออาชีพอื่น ๆ นั้น โดยส่วนมากจะเป็นอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา

### รายได้

การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 24.50 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 15.00 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 6.25 มากกว่า 90,001 บาท ร้อยละ 1.25 60,001-75,000 บาท ร้อยละ 1.00 และมีรายได้ 75,001-90,000 บาท ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

### ตารางที่ 3 การเคยมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)							
	เดินทางมาครั้งแรก		1 ครั้ง		2 ครั้ง		3 ครั้งขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	32	22.22	27	31.03	22	24.44	19	24.05
อินทนนท์	29	20.13	18	20.68	31	34.44	22	27.85
ตีนตก	44	30.56	23	26.44	18	20.00	15	18.99
อ่าขาง	39	27.08	19	21.84	19	21.11	23	29.11
<b>รวม</b>	<b>144</b>	<b>36.00</b>	<b>87</b>	<b>21.75</b>	<b>90</b>	<b>22.50</b>	<b>79</b>	<b>19.75</b>

จากตารางที่ 3 การศึกษาการเคยเดินทางมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้ครั้งแรกมีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 พื้นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลเคยเดินทางมาครั้งแรกมากที่สุดได้แก่ ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกคิดเป็นร้อยละ 30.55 และน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 20.10 ผู้ให้ข้อมูลเคยมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง 1 ครั้ง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.79 พื้นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมา 1 ครั้งเดินทางมามากที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 31.00 และน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ ร้อยละ 20.68 ผู้ให้ข้อมูลเคยมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง 2 ครั้ง จำนวน 90 คน ร้อยละ 22.50 พื้นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมา 2 ครั้งมากที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 34.40 และน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 20.00 ผู้ให้ข้อมูลเคยมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.75 3 ครั้ง พื้นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมา 3 ครั้งขึ้นไป

มากที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 29.11 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 18.99 ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนเคยเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแล้ว โดยส่วนใหญ่ผู้มาเยือนเคยเดินทางมาแล้ว 2 ครั้ง แสดงให้เห็นว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงมีสิ่งน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้มาเยือนให้เดินทางกลับมาอีกครั้ง

ตารางที่ 4 ระยะเวลาของการเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

โครงการหลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)					
	1วัน		2วัน		3วันหรือมากกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	60	30.77	28	21.37	12	16.22
อินทนนท์	42	21.54	37	28.24	21	28.38
ตีนตก	59	30.26	23	17.56	18	24.32
อ่างขาง	34	17.44	43	32.82	23	31.08
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>48.75</b>	<b>131</b>	<b>32.75</b>	<b>74</b>	<b>18.50</b>

จากตารางที่ 4 การศึกษาระยะเวลาของการมาเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงจังหวัดเชียงใหม่ของผู้มาเยือน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 โดยพื้นที่ที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วันมากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 30.75 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 17.44 ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน จำนวน 131 คน ร้อยละ 32.75 โดยพื้นที่ที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วันมากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 32.75 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 17.56 ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วันหรือมากกว่า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 โดยพื้นที่ที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วันหรือมากกว่า 3 วันมากที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 31.08 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 16.22 สรุปได้ว่าระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้เป็นตัวกำหนดระยะเวลาในการเดินทางมาของผู้มาเยือน จากตารางที่ 5 ระยะเวลาในมาเยือน 1 วัน ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และโครงการหลวงตีนตก (30.77 กับ 30.56) ซึ่งทั้งสองพื้นที่นี้มีระยะทางไม่ไกลจากตัวเมืองมากนัก ทำให้สามารถเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับได้

ตารางที่ 5 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)							
	มาคนเดียว		2 - 3คน		4 - 5คน		มากกว่า 6คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	11	55.00	49	23.00	29	23.01	11	26.85
อินทนนท์	1	5.00	55	25.82	31	24.60	13	31.71
ตีนตก	7	35.00	53	24.88	31	24.60	9	21.95
อ่างช้าง	1	5.00	56	26.29	35	27.78	8	19.51
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>5.00</b>	<b>213</b>	<b>53.25</b>	<b>126</b>	<b>31.50</b>	<b>41</b>	<b>10.25</b>

จากตารางที่ 5 การศึกษาข้อมูลจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมาคนเดียวมีจำนวน 20 ร้อยละ 5.00 พื้นที่ที่เดินทางมาคนเดียวมากที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 55.00 น้อยที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้าง ร้อยละ 5.00 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 5.00 ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมา 2-3 คน มีจำนวน 213 คิดเป็นร้อยละ 53.25 พื้นที่ที่เดินทางมา 2-3 คน มากที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 26.29 น้อยที่สุด โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 23.00 ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมา 4-5 คน มีจำนวน 126 ร้อยละ 31.50 พื้นที่ที่เดินทางมา 4-5 คนมากที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้าง ร้อยละ 27.78 น้อยที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 23.01 ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมามากกว่า 6 คน มีจำนวน 41 ร้อยละ 10.30 พื้นที่ที่เดินทางมามากกว่า 6 คน คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 26.80 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 19.51 โดยส่วนใหญ่ผู้มาเยือนจะเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้เป็นจำนวน 2-3 คน ซึ่งการเดินทางที่มีจำนวนหลายๆคนทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 6 ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)									
	เพื่อน		ครอบครัว		เพื่อนร่วมงาน		คนรัก/แฟน		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	42	27.10	20	16.53	20	24.39	8	36.36	10	50.00
อินทนนท์	43	27.74	32	26.45	17	20.73	6	27.27	2	10.00
ตีนตก	31	20.00	32	26.45	25	30.48	5	22.73	7	35.00
อ่างช้าง	39	25.16	37	30.78	20	24.39	3	13.64	1	5.00
<b>รวม</b>	<b>155</b>	<b>38.85</b>	<b>121</b>	<b>30.25</b>	<b>82</b>	<b>20.50</b>	<b>22</b>	<b>5.50</b>	<b>20</b>	<b>5.00</b>

จากตารางที่ 6 การศึกษาข้อมูลลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนจำนวน 155 คน ร้อยละ 38.89 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 27.74 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 20.00 ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมากับครอบครัว จำนวน 121 คน ร้อยละ 30.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 30.78 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 16.53 ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมากับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 82 คน ร้อยละ 20.50 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 30.48 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 20.78 ผู้ให้ข้อมูลเดินทางมากับคนรัก/แฟน จำนวน 22 คน ร้อยละ 5.50 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 36.36 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้าง ร้อยละ 13.64 อื่นๆ จำนวน 20 คน ร้อยละ 5.00 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 50.00 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้าง ร้อยละ 5.00 โดยอื่นๆ จะเป็นการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงโดยตัวคนเดียวไม่ได้เดินทางร่วมกับผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 7 ยานพาหนะที่ผู้มาเยือนใช้ในการเดินทาง

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)									
	รถยนต์		รถจักรยานยนต์		รถยนต์เช่า		รถจักรยานยนต์เช่า		รถโดยสารประจำทาง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	62	22.96	21	30.44	12	23.53	5	62.50	0	0.00
อินทนนท์	72	26.67	15	21.74	13	25.44	0	0.00	0	0.00
ตีนตึก	70	25.93	14	20.29	12	23.53	3	37.50	1	50.00
อ่างช้าง	66	24.44	19	27.54	14	27.45	0	0.00	1	50.00
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>67.50</b>	<b>69</b>	<b>17.25</b>	<b>51</b>	<b>12.75</b>	<b>8</b>	<b>2.00</b>	<b>2</b>	<b>0.50</b>

จากตารางที่ 8 การศึกษายานพาหนะที่ผู้มาเยือนใช้ในการเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเดินทาง 270 คน ร้อยละ 67.50 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 26.67 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 22.09 ผู้ให้ข้อมูลใช้รถจักรยานยนต์ในการเดินทาง 69 คน ร้อยละ 17.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 30.44 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตึกร้อยละ 20.29 ผู้ให้ข้อมูลใช้รถยนต์เช่าในการเดินทาง 51 คน ร้อยละ 12.75 พื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 27.54 น้อยที่สุดมี 2 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างพื้นที่ร้อยละ 23.53 ผู้ให้ข้อมูลใช้รถจักรยานยนต์เช่าในการเดินทาง 8 คน ร้อยละ 2.00 มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 62.50 น้อยที่สุดมี 2 พื้นที่ ได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้าง พื้นที่ร้อยละ 0 ผู้ให้ข้อมูลใช้รถโดยสารประจำทางในการเดินทาง 2 คน ร้อยละ 0.50

ตารางที่ 8 ช่องทางในการเลือกมาเยือนศูนย์การเรียนรู้

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)													
	ประสบการณ์ ส่วนตัว		หนังสือพิมพ์		นิตยสาร ท่องเที่ยว		อินเทอร์เน็ต		โทรทัศน์		เพื่อน/ครอบครัว		สื่อสังคมออนไลน์ Social Media	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	20	23.53	5	33.33	7	18.42	23	29.11	5	33.3	19	19.2	70	26.02
อินทนนท์	30	35.29	7	46.67	8	21.05	22	27.85	3	20.0	24	24.3	62	23.05
ดอยตุง	20	23.53	1	6.67	15	39.47	21	26.58	5	33.3	24	24.3	66	24.54
อ่างช้าง	15	17.65	2	13.33	8	21.05	13	16.46	2	13.3	32	32.3	71	26.39
<b>รวม</b>	<b>85</b>	<b>21.25</b>	<b>15</b>	<b>3.75</b>	<b>38</b>	<b>9.5</b>	<b>79</b>	<b>19.75</b>	<b>15</b>	<b>3.75</b>	<b>99</b>	<b>24.75</b>	<b>269</b>	<b>67.25</b>

จากตารางที่ 8 การศึกษาช่องทางในการเลือกมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากประสบการณ์ส่วนตัว 85 คน ร้อยละ 21.25 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 35.29 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 17.65 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากหนังสือพิมพ์ 15 คน ร้อยละ 3.75 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 46.67 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 6.67 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากนิตยสารท่องเที่ยว 38 คน ร้อยละ 9.50 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 39.47 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 18.49 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากอินเทอร์เน็ต 79 คน ร้อยละ 19.75 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 29.17 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 16.46 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากโทรทัศน์ 15 คน ร้อยละ 3.75 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 33.33 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 33.33 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 13.33 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากเพื่อน/ครอบครัว 99 คน ร้อยละ 24.75 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 32.32 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 19.19 ผู้ให้ข้อมูลเลือกเดินทางจากสื่อสังคมออนไลน์ Social Media 269 คน ร้อยละ 67.25 จำแนกเป็นแต่ละพื้นที่มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 26.02 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 23.05

#### ตารางที่ 9 การเลือกสื่อออนไลน์ของผู้มาเยือน

โครงการหลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)											
	ไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์		Facebook		Instagram		Twitter		Pantip		Youtube	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	30	22.90	56	26.17	4	30.77	1	16.67	7	29.17	2	16.67
อินทนนท์	38	29.00	51	23.83	3	23.08	0	0	5	20.83	3	25.00
ตีนตก	34	25.95	52	24.30	4	30.77	2	33.33	4	16.67	4	33.33
อ่างขาง	29	22.15	55	25.70	2	15.38	3	50.00	8	33.33	3	25.00
<b>รวม</b>	<b>131</b>	<b>32.75</b>	<b>214</b>	<b>53.50</b>	<b>13</b>	<b>3.25</b>	<b>6</b>	<b>1.50</b>	<b>24</b>	<b>6.00</b>	<b>12</b>	<b>3.00</b>

จากตารางที่ 9 การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีผู้ใช้ Facebook จำนวน 214 คน ร้อยละ 53.50 โดยแบ่งตามพื้นที่มากที่สุด คือศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 26.17 น้อยที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 23.83 ผู้ใช้ Pantip 24 คน ร้อยละ 6.00 มากที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 33.33 น้อยที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 16.67 มีผู้ใช้ Instagram 13 คน ร้อยละ 13.33 มากที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 30.77 น้อยที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 23.00 มีผู้ใช้ Youtube 12 คน ร้อยละ 3.00 มากที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตก ร้อยละ 33.33 น้อยที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 16.67 มีผู้ใช้ Twitter 6 คน ร้อยละ 1.50 มากที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 50.00 น้อยที่สุด คือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 0 มี ในปัจจุบันนี้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ ผู้คนส่วนใหญ่ใช้สิ่งนี้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือแม้กระทั่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณา เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง ผลจากวิจัยพบว่า Facebook เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจาก Facebook เป็นสื่อที่มีทั้งช่องทางติดต่อ รูปภาพ ข้อความ และวิดีโอ ที่ทำให้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และในปัจจุบันผู้คนทำเพจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้นักเที่ยวมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 10 การวางแผนการเดินทาง

โครงการหลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)			
	มี		ไม่มี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	79	24.69	21	26.25
อินทนนท์	82	25.63	18	22.50
ตีนตก	74	23.13	26	32.50
อ่างช้าง	85	26.56	15	18.75
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>80.00</b>	<b>80</b>	<b>20.00</b>

จากตารางที่ 10 การศึกษาข้อมูลการวางแผนการเดินทางของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการวางแผนมาจำนวน 320 คน ร้อยละ 80.00 จำแนกตามพื้นที่จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 26.56 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 25.6 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 24.68 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 23.13 ไม่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าจำนวน 80 คน ร้อยละ 20.00 จำแนกตามพื้นที่จากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 32.50 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 26.25 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 22.50 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 18.75 การวางแผนการท่องเที่ยวจะสอดคล้องกับการใช้บริการด้านอื่นๆ อย่างเช่นการจองที่พัก รถที่ใช้ หรือเส้นทางที่จะเดินทาง

ตารางที่ 11 การเลือกที่พักของผู้มาเยือน

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)									
	ที่พักในศูนย์การ เรียนรู้โครงการ หลวง		บ้านญาติ/พี่น้อง/ เพื่อน		ที่พักในบริเวณ ใกล้เคียงศูนย์การ เรียนรู้โครงการ หลวง		ที่พักในตัวเมือง จังหวัดเชียงใหม่		อื่นๆ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	20	17.70	24	30.38	13	20.63	30	25.42	13	48.15
อินทนนท์	27	23.89	16	20.25	17	26.98	35	29.66	5	18.52
ตีนตก	25	22.12	25	31.65	18	28.57	27	22.88	5	18.52
อ่าขาง	41	36.28	14	17.72	15	23.81	26	22.03	4	14.82
<b>รวม</b>	<b>113</b>	<b>28.25</b>	<b>79</b>	<b>19.75</b>	<b>63</b>	<b>15.75</b>	<b>118</b>	<b>29.50</b>	<b>27</b>	<b>6.75</b>

จากตารางที่ 11 การศึกษาข้อมูลการเลือกที่พักอาศัยของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเลือกพักที่ที่พักในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง 113 คน ร้อยละ 28.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่าขางร้อยละ 36.28 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 17.71 ผู้ให้ข้อมูลเลือกพักที่บ้านญาติ/พี่น้อง/เพื่อน 79 คน ร้อยละ 19.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 31.65 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่าขางร้อยละ 17.70 ผู้ให้ข้อมูลเลือกพักที่ที่พักในบริเวณใกล้เคียงศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง 63 คน ร้อยละ 15.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 28.57 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 20.65 ผู้ให้ข้อมูลเลือกพักที่ที่พักในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 118 คน ร้อยละ 29.50 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 29.66 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่าขางร้อยละ 22.03 อื่นๆ 27 คน ร้อยละ 6.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 48.15 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่าขางร้อยละ 14.82 ซึ่งอื่นๆคือผู้ให้ข้อมูลได้เดินทางไปกลับ ไม่ได้เลือกที่พักพักอาศัยในมาเยือนครั้งนี้

ตารางที่ 12 การเรียนรู้ในการเยือนครั้งนี้

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)									
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	3	42.86	5	38.44	44	26.05	40	22.35	8	25.00
อินทนนท์	1	14.30	3	23.08	45	26.63	39	21.79	12	37.50
ตีนตก	2	28.57	4	30.77	37	21.89	50	27.93	7	21.88
อ่างช้าง	1	14.30	1	7.70	43	25.44	50	27.93	5	15.63
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>1.75</b>	<b>13</b>	<b>3.25</b>	<b>169</b>	<b>42.25</b>	<b>179</b>	<b>44.75</b>	<b>32</b>	<b>8.00</b>

จากตารางที่ 12 การศึกษาข้อมูลการเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ที่น้อยที่สุดจำนวน 7 คน ร้อยละ 1.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 42.86 น้อยที่สุด 2 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์และโครงการหลวงอ่างช้าง พื้นที่ละ ร้อยละ 14.30 ผู้ให้ข้อมูลเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ที่น้อยจำนวน 13 คน ร้อยละ 3.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 38.46 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 7.70 ผู้ให้ข้อมูลเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ปานกลางจำนวน 169 คน ร้อยละ 42.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 26.35 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 21.89 ผู้ให้ข้อมูลเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้มากจำนวน 179 คน ร้อยละ 44.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 27.93 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 27.93 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 21.79 ผู้ให้ข้อมูลเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้มากที่สุดจำนวน 32 คน ร้อยละ 8.00 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 37.52 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 15.63

ตารางที่ 13 การคาดหวังกับกิจกรรมภายในพื้นที่

โครงการ หลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)									
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	1	10.00	2	25.00	41	26.45	46	25.17	10	22.73
อินทนนท์	1	10.00	2	25.00	37	23.87	44	24.05	16	36.39
ตีนตก	2	20.00	3	37.50	36	23.23	48	26.23	11	25.00
อ่างช้าง	6	60.00	1	12.50	41	26.45	45	24.59	7	15.91
<b>รวม</b>	<b>10</b>	<b>2.50</b>	<b>8</b>	<b>2.00</b>	<b>155</b>	<b>38.75</b>	<b>183</b>	<b>45.75</b>	<b>44</b>	<b>11.00</b>

จากตารางที่ 13 การศึกษาความคาดหวังของกิจกรรมภายในพื้นที่ของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังน้อยที่สุด 10 คน ร้อยละ 2.50 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 60.00 น้อยที่สุด 2 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ พื้นที่ละร้อยละ 10.00 ผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังน้อย 8 คน ร้อยละ 2.00 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 37.50 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 12.50 ผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังปานกลาง 155 คน ร้อยละ 38.8 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 26.45 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 23.23 ผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังมาก 183 คน ร้อยละ 45.8 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 26.2 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 24.05 ผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังมากที่สุด 44 คน ร้อยละ 11.00 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 36.39 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 15.91

ตารางที่ 14 การเดินทางกลับมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอีกครั้ง

โครงการหลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)					
	กลับมาแน่นอน		ไม่แน่ใจ		ไม่กลับมา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	67	22.71	29	30.25	4	44.44
อินทนนท์	77	26.10	22	22.92	1	11.11
ตีนตก	75	25.42	23	23.96	2	22.22
อ่างช้าง	76	25.76	22	22.92	2	22.22
<b>รวม</b>	<b>295</b>	<b>73.75</b>	<b>96</b>	<b>24.00</b>	<b>9</b>	<b>2.25</b>

จากตารางที่ 14 การศึกษาข้อมูลการเดินทางกลับมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงของผู้มาเยือนพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเดินทางกลับมาแน่นอน 295 คน ร้อยละ 73.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 26.10 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 22.71 ผู้ให้ข้อมูลไม่แน่ใจว่าจะเดินทางกลับมาอีกหรือไม่จำนวน 96 คน ร้อยละ 24.00 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 30.25 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 23.96 ผู้ให้ข้อมูลไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 9 คน ร้อยละ 2.3 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 44.44 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 11.11

ตารางที่ 15 การแนะนำให้ผู้อื่นมาเยือนในศูนย์การเรียนรู้

โครงการหลวง	ผู้ให้ข้อมูล (n=400)			
	แนะนำ		ไม่แนะนำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนองหอย	92	23.90	8	53.33
อินทนนท์	97	25.20	3	20.00
ตีนตก	97	25.20	3	20.00
อ่างช้าง	99	25.72	1	6.67
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>96.25</b>	<b>15</b>	<b>3.75</b>

จากตารางที่ 15 การศึกษาข้อมูลผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาเยือนศูนย์การเรียนรู้พบว่าการแนะนำผู้อื่น 385 คน ร้อยละ 96.25 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 25.72 และน้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 23.90 ไม่แนะนำผู้อื่น 15 คน ร้อยละ 3.75 แบ่งตามพื้นที่ มากที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 53.33 น้อยที่สุด ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างช้างร้อยละ 6.67

**ตอนที่ 2 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน  
ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง  
จังหวัดเชียงใหม่**

การศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยแรงจูงใจปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยที่มาจากความต้องการที่ทำให้ท่านทำการท่องเที่ยว

**ตารางที่ 16** ภาพรวมแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ภาพรวมของแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล	3.87	.773	มาก
2. ปัจจัยภายนอก	3.78	.755	มาก
3. ปัจจัยที่มาจากความต้องการ	3.75	.736	มาก

จากตารางที่ 16 สรุปได้ว่าแรงจูงใจที่ทำให้ผู้มาเยือนเลือกเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงมีแรงจูงใจมาจากปัจจัยภายในตัวบุคคลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยภายนอก มีค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยที่มาจากความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.75 อยู่ในระดับความสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่าผู้มาเยือนมีแรงจูงใจมาจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเป็นส่วนมาก

ตารางที่ 17 ปัจจัยภายในของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												X	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>1. ความต้องการพักผ่อนของบุคคล</b>																
หนองหอย	4	4.00	1	1.00	20	20.0	49	49.00	26	26.00	100	100.00	3.92	.929	มาก	
อินทนนท์	3	3.0	3	3.00	17	17.0	53	53.00	24	24.00	100	100.00	3.92	.895	มาก	
ตีนตก	2	2.00	0	0.00	23	23.0	55	55.00	20	20.00	100	100.00	3.91	.779	มาก	
อ่างช้าง	2	2.00	1	1.00	22	22.0	49	49.00	26	26.00	100	100.00	3.96	.839	มาก	
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>2.75</b>	<b>5</b>	<b>1.25</b>	<b>82</b>	<b>20.50</b>	<b>206</b>	<b>51.50</b>	<b>96</b>	<b>24.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.93</b>	<b>.839</b>	<b>มาก</b>	
<b>2. ความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคล</b>																
หนองหอย	0	0.00	2	2.00	28	28.00	51	51.00	19	19.00	100	100.00	3.93	.860	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	3	3.00	31	31.00	48	48.00	18	18.00	100	100.00	3.81	.761	มาก	
ตีนตก	0	0.00	0	0.00	3	3.00	50	50.00	20	20.00	100	100.00	3.90	.704	มาก	
อ่างช้าง	0	0.00	0	0.00	34	34.00	47	47.00	19	19.00	100	100.00	3.85	.716	มาก	
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>5</b>	<b>1.25</b>	<b>123</b>	<b>30.75</b>	<b>196</b>	<b>49.00</b>	<b>76</b>	<b>19.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.86</b>	<b>.727</b>	<b>มาก</b>	
<b>3. ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของบุคคล</b>																
ม่อนแจ่ม	0	0.00	1	1.00	29	29.00	41	41.0	29	29.0	100	100.0	3.98	.791	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	3	3.00	29	29.00	46	46.00	22	22.00	100	100.00	3.87	.787	มาก	
ตีนตก	0	0.00	0	0.00	24	24.00	55	55.00	21	21.00	100	100.00	3.97	.674	มาก	
อ่างช้าง	0	0.00	2	2.00	25	25.00	49	49.00	24	24.00	100	100.00	3.95	.757	มาก	
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>6</b>	<b>1.50</b>	<b>107</b>	<b>26.75</b>	<b>191</b>	<b>47.75</b>	<b>96</b>	<b>24.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.94</b>	<b>.752</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 17 ปัจจัยภายในของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง (ต่อ)

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>4. ความต้องการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล</b>																
หนองหอย	0	0.00	5	5.00	36	36.00	43	43.00	16	16.00	100	100.00	3.70	.798	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	4	4.00	32	32.00	43	43.00	21	21.00	100	100.00	3.81	.813	มาก	
ดอยตุง	0	0.00	1	1.00	36	36.00	47	47.00	16	16.00	100	100.00	3.78	.719	มาก	
อ่างช้าง	0	0.00	0	0.00	40	40.00	38	38.00	22	22.00	100	100.00	3.82	.770	มาก	
<b>รวม</b>	0	0.00	10	2.50	144	36.00	171	42.75	75	18.75	400	100.00	3.78	.774	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 17 การศึกษาปัจจัยภายในตัวบุคคลของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง  
ทำการ ภาพรวมของปัจจัยภายในตัวบุคคลอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ศึกษาความ  
ต้องการพักผ่อนของบุคคล ความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคล ความต้องการหลีกเลี่ยงความ  
จำเจของตน ความต้องการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล พบว่าความต้องการพักผ่อนของบุคคลมีความ  
ต้องการ มากที่สุดคือ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และโครงการหลวงอ่างขา  
งจำนวนร้อยละ 26 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตก มีความต้องการพักผ่อนของบุคคลอยู่ที่  
จำนวนร้อยละ 20 ส่วนของความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคล พบว่าทั้ง 2 ศูนย์ ศูนย์การเรียนรู้  
โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกอยู่ในระดับมากที่สุด  
จำนวนร้อยละ 51 และ 50 ตามลำดับส่วนความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคลพบว่าศูนย์การเรียนรู้  
โครงการหลวงตีนตก มีความต้องการมากที่สุดจำนวนร้อยละ 20 ความต้องการหลีกเลี่ยงความ  
จำเจของบุคคลพบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) มีความต้องการมากที่สุดอยู่  
ที่ระดับร้อยละ 29 ในขณะที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีความต้องการมากที่สุดเพียงแค  
่ระดับร้อยละ 21 เท่านั้นส่วนความต้องการ ศึกษาเรียนรู้ของบุคคลพบว่าความต้องการมากที่สุดคือ  
ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขา งจำนวนร้อยละ 22 รองลงมาคือศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอิน  
ทนนท์ ที่มีความต้องการมากที่สุดจำนวนร้อยละ 21 ในขณะที่ทั้งสองศูนย์ ของศูนย์การเรียนรู้  
โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตก มีความต้องการมาก  
ที่สุดจำนวนเพียงแค่อ้อยละ 16 เท่านั้น

ตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
<b>1. ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้</b>															
หนองหอย	0	0.00	1	1.00	23	23.00	44	44.00	32	32.00	100	100.00	4.07	.768	มาก
อินทนนท์	0	0.00	2	2.00	22	22.00	40	40.00	36	36.00	100	100.00	4.10	.810	มาก
ดอยตุง	0	0.00	0	0.00	27	27.00	45	45.00	28	28.00	100	100.00	4.01	7.45	มาก
อ่างช้าง	1	1.00	0	0.00	25	25.00	36	36.00	38	38.00	100	100.00	4.10	.847	มาก
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>0.30</b>	<b>3</b>	<b>0.75</b>	<b>97</b>	<b>24.25</b>	<b>165</b>	<b>41.25</b>	<b>134</b>	<b>33.50</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>4.07</b>	<b>.792</b>	<b>มาก</b>
<b>2. ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้</b>															
หนองหอย	0	0.00	1	1.00	27	27.00	54	54.00	18	18.00	100	100.00	3.89	.695	มาก
อินทนนท์	0	0.00	2	2.00	30	30.00	42	42.00	26	26.00	100	100.00	3.92	.800	มาก
ดอยตุง	0	0.00	0	0.00	28	28.00	51	51.00	21	21.00	100	100.00	3.93	.700	มาก
อ่างช้าง	1	1.00	0	0.00	26	26.00	46	46.00	27	27.00	100	100.00	3.98	.791	มาก
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>0.30</b>	<b>3</b>	<b>0.75</b>	<b>97</b>	<b>24.25</b>	<b>165</b>	<b>41.25</b>	<b>134</b>	<b>33.50</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.93</b>	<b>.746</b>	<b>มาก</b>
<b>3. ความเรียบง่ายและธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้</b>															
หนองหอย	0	0.00	0	0.00	28	28.00	52	52.00	20	20.00	100	100.00	3.92	.692	มาก
อินทนนท์	0	0.00	1	1.00	23	23.00	54	54.00	22	22.00	100	100.00	3.97	.703	มาก
ดอยตุง	0	0.00	0	0.00	30	30.00	44	44.00	26	26.00	100	100.00	3.96	.751	มาก
อ่างช้าง	0	0.00	0	0.00	21	21.00	52	52.00	27	27.00	100	100.00	4.06	.694	มาก
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>1</b>	<b>0.30</b>	<b>102</b>	<b>25.50</b>	<b>202</b>	<b>50.50</b>	<b>95</b>	<b>23.75</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.98</b>	<b>.709</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง (ต่อ)

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
<b>4. การจัดการสถานที่บริเวณพื้นที่ เช่น ที่พัก จุดชมวิว จุดนั่งพัก ภายในศูนย์การเรียนรู้</b>															
หนองหอย	0	0.00	1	1.00	30	30.00	49	49.00	20	20.00	100	100.00	3.88	.729	มาก
อินทนนท์	0	0.00	0	0.00	31	31.00	46	46.00	23	23.00	100	100.00	3.92	.734	มาก
ตีนตก	0	0.00	0	0.00	36	36.00	48	48.00	16	16.00	100	100.00	3.80	6.96	มาก
อ่าขาง	0	0.00	1	1.00	21	21.00	60	60.00	18	18.00	100	100.00	3.95	.657	มาก
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>2</b>	<b>0.50</b>	<b>118</b>	<b>29.50</b>	<b>203</b>	<b>50.75</b>	<b>77</b>	<b>19.25</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.89</b>	<b>.704</b>	<b>มาก</b>
<b>5. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้</b>															
หนองหอย	0	0.00	0	0.00	37	37.00	49	49.00	14	14.00	100	100.00	3.77	.679	มาก
อินทนนท์	0	0.00	1	1.00	38	38.00	42	42.00	19	19.00	100	100.00	3.79	.756	มาก
ตีนตก	0	0.00	3	3.00	39	39.00	44	44.00	14	14.00	100	100.00	3.68	.709	มาก
อ่าขาง	1	1.00	2	2.00	43	43.00	42	42.00	12	12.00	100	100.00	3.62	.763	มาก
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>1.00</b>	<b>6</b>	<b>1.50</b>	<b>157</b>	<b>39.25</b>	<b>177</b>	<b>44.25</b>	<b>59</b>	<b>14.8</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>3.72</b>	<b>.738</b>	<b>มาก</b>
<b>6. ความเหมาะสมและคุ่มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว</b>															
หนองหอย	0	0.00	2	2.00	41	41.00	45	45.00	12	12.00	100	100.00	3.67	7.11	มาก
อินทนนท์	0	0.00	1	1.00	38	38.00	46	46.00	15	15.00	100	100.00	3.75	.716	มาก
ตีนตก	0	0.00	1	1.00	38	38.00	49	49.00	12	12.00	100	100.00	3.69	.748	มาก
อ่าขาง	0	0.00	0	0.00	38	38.00	47	47.00	15	15.00	100	100.00	3.77	.694	มาก
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>4</b>	<b>1.00</b>	<b>155</b>	<b>38.75</b>	<b>187</b>	<b>46.75</b>	<b>54</b>	<b>13.50</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.75</b>	<b>.700</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง (ต่อ)

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>7. สื่อ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้</b>																
หนองหอย	0	0.00	2	2.00	37	37.00	45	45.00	16	20.00	100	100.00	3.88	.729	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	7	7.00	29	29.00	49	49.00	15	23.00	100	100.00	3.92	.734	มาก	
ตีนตก	0	0.00	2	2.00	38	38.00	47	47.00	13	16.00	100	100.00	3.80	6.96	มาก	
อ่าขาง	0	0.00	3	3.00	33	33.00	40	40.00	17	18.00	100	100.00	3.95	.657	มาก	
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>4</b>	<b>1.0</b>	<b>155</b>	<b>38.75</b>	<b>187</b>	<b>46.75</b>	<b>54</b>	<b>19.25</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.89</b>	<b>.704</b>	<b>มาก</b>	
<b>8. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว</b>																
หนองหอย	0	0.00	4	4.00	41	41.00	45	45.00	10	14.00	100	100.00	3.77	.679	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	12	12.00	31	31.00	39	39.00	18	19.00	100	100.00	3.79	.756	มาก	
ตีนตก	1	1.00	7	7.00	44	44.00	36	36.00	12	14.00	100	100.00	3.68	.709	มาก	
อ่าขาง	0	0.00	10	10.00	33	33.00	40	40.00	17	12.00	100	100.00	<b>3.62</b>	<b>.763</b>	มาก	
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>14</b>	<b>3.50</b>	<b>141</b>	<b>35.25</b>	<b>189</b>	<b>47.25</b>	<b>56</b>	<b>14.8</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>3.72</b>	<b>.738</b>	<b>มาก</b>	
<b>9. การให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์การเรียนรู้</b>																
หนองหอย	0	0.00	9	9.00	45	45.00	33	33.00	13	12.00	100	100.00	3.67	7.11	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	5	5.00	36	36.00	41	41.00	18	15.00	100	100.00	3.75	.716	มาก	
ตีนตก	3	3.00	6	6.00	39	39.00	40	40.00	12	12.00	100	100.00	3.69	.748	มาก	
อ่าขาง	1	1.00	6	6.00	37	37.00	44	44.00	12	15.00	100	100.00	3.77	.694	มาก	
<b>รวม</b>	<b>1</b>	<b>0.25</b>	<b>33</b>	<b>8.25</b>	<b>149</b>	<b>37.25</b>	<b>160</b>	<b>40.00</b>	<b>57</b>	<b>13.50</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>3.75</b>	<b>.700</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง (ต่อ)

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>10. การทำป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้</b>																
หนองหอย	0	0.00	4	4.00	42	42.00	46	46.00	8	20.00	100	100.00	3.88	.729	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	2	2.00	37	37.00	38	38.00	23	23.00	100	100.00	3.92	.734	มาก	
ตีนตก	0	0.00	3	3.00	47	47.00	41	41.00	9	16.00	100	100.00	3.80	6.96	มาก	
อ่างขวาง	0	0.00	1	1.00	33	33.00	53	53.00	13	18.00	100	100.00	3.95	.657	มาก	
<b>รวม</b>	0	0.00	10	2.50	159	39.75	178	44.50	53	19.25	400	100.00	3.89	.704	<b>มาก</b>	
<b>11. การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้</b>																
หนองหอย	0	0.00	4	4.00	40	40.00	39	39.00	17	14.00	100	100.00	3.77	.679	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	3	3.00	29	29.00	46	46.00	22	19.00	100	100.00	3.79	.756	มาก	
ตีนตก	0	0.00	2	2.00	40	40.00	46	46.00	12	14.00	100	100.00	3.68	.709	มาก	
อ่างขวาง	0	0.00	1	1.00	38	38.00	46	46.00	15	12.00	100	100.00	3.62	.763	มาก	
<b>รวม</b>	0	0.00	10	2.50	147	36.75	177	44.25	66	14.8	400	100.0	3.72	.738	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 18 ปัจจัยภายนอกของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้ ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้ พื้นที่พักผ่อนภายในศูนย์ ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์ ความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการใช้จ่ายในมาเยือน สื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่การให้บริการที่จัดสรรภายในศูนย์การเรียนรู้ การทำป้ายบอกทางชัดเจนเพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้ และการแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้

จากการศึกษาความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้พบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางมีความต้องการมากที่สุดจำนวนร้อยละ 38 รองลงมาคือศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์มีความต้องการจำนวนร้อยละ 36 ในขณะที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีความต้องการน้อยที่สุดอยู่ในระดับเพียงแค่อ้อยละ 28 เท่านั้น

ความสะอาดของศูนย์เรียนรู้จากการศึกษาพบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการอ่างขางมีความสะอาดมากที่สุดอยู่ในร้อยละ 27 รองลงมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ มีความสะอาดอยู่ในระดับร้อยละ 26 ในขณะที่ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) อยู่ในระดับร้อยละ 18 เท่านั้น

ความเงียบสงบและธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้ จากข้อมูลของผู้มาเยือนพบว่า ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางมีความสงบและเป็นธรรมชาติมากที่สุดอยู่แล้วร้อยละ 27 รองลงมาคือศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีความเงียบสงบเป็นธรรมชาติร้อยละ 26 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์มีความสงบเป็นธรรมชาติจำนวนร้อยละ 22 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) มีความสงบเงียบเป็นธรรมชาติ เพียงแค่อ้อยละ 20

ด้านการจัดการพื้นที่เช่นที่พักจุดชมวิว นั่งพักผ่อนภายในศูนย์การเรียนรู้จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นมากที่สุดที่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์มากที่สุด จำนวนร้อยละ 23 รองลงมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 20 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 18 ส่วนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีจำนวนร้อยละ 16 เท่านั้น

ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้ จากความคิดเห็นของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงทั้ง 4 แห่งพบว่าระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์เรียนรู้ระดับมากที่สุดได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ระดับมากที่สุดร้อยละ 19 รองลงมาได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตก จำนวนร้อยละ 14 ทั้งสองศูนย์ และพบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขาง ร้อยละ 12

ความเหมาะสมและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงจากการศึกษาพบว่าความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายมีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางมีความเหมาะสมมากที่สุดจำนวนร้อยละ 15

ทั้งสองศูนย์ ในขณะที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการมาเยือนอยู่ที่จำนวนร้อยละ 12

สื่อ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ จากการศึกษาพบว่า ผู้มาเยือนใช้สื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ของศูนย์เรียนรู้มีจำนวนมากที่สุดของศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 17 รองลงมาพบว่า ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) มีผู้จำนวนใช้สื่อมากที่สุด ร้อยละ 16 ส่วนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีจำนวนผู้ใช้สื่อจำนวน ร้อยละ 13

ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จากความคิดเห็นของผู้มาเยือนพบว่าความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์มีความหลากหลายของกิจกรรมที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมา ได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 17 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 15

ด้านการให้บริการที่จอดรถของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงทั้ง 4 แห่ง พบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์มีการให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์เรียนรู้ระดับมากที่สุด ร้อยละ 18 ในขณะที่ความคิดเห็นของผู้มาเยือนระดับมากพบว่ามีที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 44 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 33

การทำป้ายบอกทางชัดเจนเพื่อไปยังศูนย์เรียนรู้พบว่าความคิดเห็นของผู้มาเยือนระดับมากที่สุดได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ร้อยละ 23 รองลงมาพบว่าศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขาง ร้อยละ 13 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 8 เท่านั้น

การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้ จากข้อมูลของผู้มาเยือนพบว่าการให้คำแนะนำให้ข้อมูลทางด้านศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทั้ง 4 แห่ง ซึ่งการให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้ พื้นที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์ที่ระดับมากที่สุดร้อยละ 22 รองลงมาได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 17 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 15 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกอยู่ที่ร้อยละ 12

ตารางที่ 19 ปัจจัยที่มาจากความต้องการของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
<b>1. ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย</b>															
หนองหอย	0	0.00	2	2.00	29	29.00	42	42.00	27	27.00	100	100.00	3.86	.804	มาก
อินทนนท์	0	0.00	2	2.00	34	34.00	40	40.00	24	24.00	100	100.00	3.94	.802	มาก
ดอยตุง	0	0.00	1	1.00	34	34.00	45	45.00	20	20.00	100	100.00	3.84	.748	มาก
อ่างช้าง	0	0.00	0	0.00	31	31.00	46	46.00	23	23.00	100	100.00	3.92	.734	มาก
<b>ภาพรวม</b>	0	0.00	5	1.25	128	32.00	173	43.25	94	23.50	400	100.00	3.89	.771	<b>มาก</b>
<b>2. ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นเจ้าของ</b>															
หนองหอย	2	2.00	4	4.00	39	39.00	40	40.00	15	15.00	100	100.00	3.62	.862	มาก
อินทนนท์	0	0.00	4	4.00	33	33.00	44	44.00	19	19.00	100	100.00	3.78	.799	มาก
ดอยตุง	1	1.00	4	4.00	34	34.00	47	47.00	14	14.00	100	100.00	3.69	.800	มาก
อ่างช้าง	1	1.00	4	4.00	33	33.00	45	45.00	17	17.00	100	100.00	3.73	.827	มาก
<b>ภาพรวม</b>	5	1.25	14	3.50	155	38.75	179	44.75	47	11.75	400	100.00	3.62	.785	<b>มาก</b>
<b>3. ความต้องการในเรื่องการไม่รู้ ใฝ่เรียน</b>															
หนองหอย	1	1.00	3	3.00	36	36.00	48	48.00	12	12.00	100	100.00	3.67	.766	มาก
อินทนนท์	0	0.00	2	2.00	28	28.00	53	53.00	17	17.00	100	100.00	3.85	.716	มาก
ดอยตุง	1	1.00	2	2.00	44	44.00	45	45.00	8	8.00	100	100.00	3.57	.714	มาก
อ่างช้าง	0	0.00	3	3.00	35	35.00	51	51.00	20	20.00	100	100.00	3.70	.704	มาก
<b>ภาพรวม</b>	2	0.50	10	2.50	143	35.30	197	49.50	48	12.00	400	100.00	3.70	.730	<b>มาก</b>

ตารางที่ 19 ปัจจัยที่มาจากความต้องการของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง (ต่อ)

รายการ	ผู้ให้ข้อมูล (n = 400)												x	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
<b>4. ความต้องการสุนทรียะ</b>																
หนองหอย	0	0.00	2	2.00	3	3.00	57	57.00	11	11.00	100	100.00	3.77	.664	มาก	
อินทนนท์	0	0.00	1	1.00	29	29.00	56	56.00	14	14.00	100	100.00	3.83	.668	มาก	
ดอยตุง	0	0.00	1	1.00	34	34.00	49	49.00	16	16.00	100	100.00	3.80	.711	มาก	
อ่างช้าง	0	0.00	0	0.00	28	28.00	62	62.00	10	10.00	100	100.00	3.82	.593	มาก	
<b>ภาพรวม</b>	0	0.00	4	1.00	121	30.25	224	56.00	51	12.75	400	100.00	3.81	.658	<b>มาก</b>	

จากการศึกษาปัจจัยที่มาจากความต้องการของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง ซึ่งประกอบไปด้วย ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 43.35 ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ความรักความ เป็นเจ้าของ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 44.8 ความต้องการในการใฝ่รู้ใฝ่เรียน อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 49.5 ความต้องการสุนทรียะ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 56 ซึ่งความต้องการต่างๆ เป็นความต้องการที่มาจากตัวบุคคล โดยส่วนใหญ่แล้วผู้มาเยือนต้องการความ สุนทรียะในการเดินทางมาในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง

ความต้องการในเรื่องความปลอดภัยของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จาก การศึกษาพบว่าระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 43.3 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางจำนวนร้อย ละ 46 รองลงมา ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกร้อยละ 45 ส่วนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง หนองหอย (ม่อนแจ่ม) ร้อยละ 42 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอินทนนท์จำนวน ร้อยละ 40 ตามลำดับ

ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ความรักความ เป็นเจ้าของของผู้มาเยือนจากการศึกษา พบว่าในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 44.8 ได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกจำนวนร้อยละ 47 รองลงมาได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางร้อยละ 45 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง อินทนนท์ร้อยละ 44 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) จำนวนร้อยละ 40 ตามลำดับ

ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ไปเรียนของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จาก การศึกษาความต้องการในการเรียนรู้เรียนในระดับมากพบว่า มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 49.5 ศูนย์การเรียนรู้ โครงการหลวงอินทนนท์จำนวนร้อยละ 53 รองลงมาศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางจำนวนร้อย ละ 51 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) จำนวนร้อยละ 48 และในส่วนของศูนย์ การเรียนรู้ตีนตกมีจำนวนร้อยละ 45 ตามลำดับ

ความต้องการความสุนทรียะของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จากการศึกษา พบว่าในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 56 ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงอ่างขางมีจำนวนร้อยละ 62 รองลงมาได้แก่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) จำนวนร้อยละ 57 ศูนย์การเรียนรู้ โครงการหลวงอินทนนท์จำนวนร้อยละ 56 และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกจำนวนร้อยละ 49 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว  
ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรในด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจ ในการหาความสัมพันธ์โดยแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการเดินทางกับความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล

ความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล				
การวางแผนการเดินทาง	Pearson Correlation	Sig. (2 - tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	-0.140	0.01	ตรงกันข้าม	น้อยมาก

หมายเหตุ ค่าระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการเดินทางกับความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล มีทิศทางตรงกันข้ามกัน มีความสัมพันธ์กันระดับน้อยมาก

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ในการมาเยือนกับความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล

ความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล				
การเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้	Pearson Correlation	Sig. (2 - tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
	0.374	0.01	เดียวกัน	น้อย

หมายเหตุ ค่าระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้กับความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล มีทิศทางเดียวกัน มีความสัมพันธ์กันระดับน้อย

**ตารางที่ 22** ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่กับความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน

ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน				
ความคาดหวัง กับกิจกรรมใน พื้นที่	Pearson Correlation	Sig. (2 - tailed)	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
	0.254	0.01	เดียวกัน	น้อย

หมายเหตุ ค่าระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่กับความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน มีทิศทางเดียวกัน มีความสัมพันธ์กันระดับน้อย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ตารางที่ 20,21 และ 22 พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ด้านของพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ได้สูงที่สุดคือ การเรียนรู้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง การเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้ กับ ความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของคุณบุคคล กระบวนการเรียนรู้ของคุณแต่ละคนจะเกิดการเรียนรู้ต่อสิ่งรอบข้างได้แตกต่างกันไป ตามความสนใจหรือสิ่งชักจูง ซึ่งการเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะเป็นการเรียนรู้เพียงแค่ข้อพรรณไม้อ่างๆ หรือกระบวนการเพราะปลูก นั่นก็ทำให้ผู้มาเยือนเกิดการเรียนรู้ได้แล้ว

ตัวแปรที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ด้านของพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ความคาดหวัง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่ กับ ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน โดยส่วนใหญ่การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ผู้มาเยือนจะต้องวาดฝันและความคาดหวังว่าจะพบเจอกับสิ่งใดมาก่อน และมาพบเจอสิ่งเหล่านั้นก็จะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้สิ่งต่างๆ

ตัวแปรที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ด้านของพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ น้อยที่สุดคือ การวางแผนการเดินทาง กับ ความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในแบบทิศทางตรงกันข้ามกัน เนื่องจากในบางบุคคลนั้นไม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการเดินทางมาก่อนเดินทาง ซึ่งจะเป็นการเดินทางแบบข้างหน้าเกิดอะไรขึ้นก็สามารถปรับเปลี่ยนให้ยืดหยุ่นกับสถานการณ์เหล่านั้นได้ การทำแบบนี้ก็ทำให้การพักผ่อนได้เหมือนกัน ดังความสัมพันธ์การวางแผนการเดินทาง กับ ความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล ที่มีทิศทางตรงกันข้ามกัน

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้สร้างขึ้นครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และการรวบรวมข้อมูลจากผู้มาเยือน คือ ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวยังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาถอดรหัส จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับความสำคัญ ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปตามกรอบวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาภายใน 4 พื้นที่ ได้แก่ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) ผลสรุปจากการศึกษาพบว่า

#### ด้านพฤติกรรมของผู้มาเยือน

จากการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 4 แห่งนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือ ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จากข้อมูลจะเห็นว่าผู้มาเยือนเดินทางไปเที่ยวและกลับมาเที่ยวครั้งที่ 2 ร้อยละ 22.5 และมีผู้มาเยือนที่มาครั้งแรก ร้อยละ 21.5 ผู้มาเยือนนิยมมาเดินทางมาร่วมกัน 2 - 3 คน และมีความสัมพันธ์เป็นเพื่อนกัน ร้อยละ 38.8 รองมาเป็นแบบครอบครัว ร้อยละ 30.3 โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะ

ในการเดินทาง การตัดสินใจของผู้มาเยือนในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงส่วนมากจะเดินทางกลับลงมาพักแรมในตัวเมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 29.5 และพักที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง ร้อยละ 28.2 จะเห็นได้ว่าผู้มาเยือนที่เดินทางมาเที่ยวมีจำนวนร้อยละไม่แตกต่างกัน เนื่องจากศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม) และศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงตีนตกมีระยะทางห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 40 - 45 กิโลเมตร ทางคมนาคมสะดวก ซึ่งเป็นทางเลือกในการตัดสินใจเดินทางมาพักแรมในตัวเมืองเชียงใหม่ และเนื่องจากที่พักศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงมีขีดจำกัดในการรองรับของผู้มาเยือน

ผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกมาเยือนศูนย์การเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ใช้ในชีวิตประจำวันเนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย มีทั้งรูปภาพ วิดีโอ และข้อความ สื่อสังคมออนไลน์สามารถแทรกโฆษณาดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในหลายๆ สินค้าได้โดยง่ายซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ เลือกใช้มากที่สุดคือ Facebook ในปัจจุบันทุกคนต้องมี Facebook ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่มีช่องทางในการตอบโต้กันได้ง่าย และเข้าถึงกันและกันได้ง่ายอีกด้วย และในบริบทของการท่องเที่ยว ก็ได้มีคนวิวสสถานที่ท่องเที่ยว ว่ามีกิจกรรมอะไรทำบ้าง หรือบรรยากาศ การเดินทางเป็นอย่างไรบ้าง ผู้คนจึงให้ความสนใจในศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ และเลือกไปใช้บริการได้โดยง่าย การได้เห็นรูปภาพของบรรยากาศ วิวทิวทัศน์ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ก็สามารถดึงดูดผู้มาเยือนไปยังศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ

การเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้พันธุ์ไม้ เรียนรู้กระบวนการผลิตพืชชนิดต่างๆ ผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการเรียนรู้หรือรู้จักสิ่งใหม่ในระดับมาก

ความคาดหวังของกิจกรรมภายในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง โดยส่วนใหญ่ผู้มาเยือนที่ไปท่องเที่ยวจะต้องคาดหวังว่าศูนย์การเรียนรู้ โดยจะมีวิถีธรรมชาติที่ความสวยงาม มีมุมต่างๆ ให้ถ่ายภาพ มีร้านอาหาร ร้านกาแฟที่มีรสชาติที่ดี หรือมีสิ่งที่น่าสนใจทางการเกษตร พืชผัก ไม้ผล ไม้ดอก ไม้ประดับ เมืองหนาวบนพื้นที่สูง ซึ่งผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคาดหวังในศูนย์การเรียนรู้ในระดับมาก

### **ด้านแรงจูงใจของผู้มาเยือน**

จากการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 ด้านนั้น คือ ปัจจัยภายในตัวบุคคล ปัจจัยภายนอก ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นส่วนบุคคล

แรงจูงใจที่ทำให้ผู้มาเยือนเลือกเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงมีแรงจูงใจมาจากปัจจัยภายในตัวบุคคลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .773 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งผู้มาเยือนมีแรงจูงใจภายในตัวบุคคลมากที่สุดด้านความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาเป็น ความต้องการพักผ่อนของบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.93 และความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.86 สุดท้ายเป็นความต้องการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.78

ในส่วนแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก รองลงมาจากแรงจูงใจจากปัจจัยภายในตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .775 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 4.07 ความเงียบสงบและธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.98 ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.93 การจัดการสถานที่บริเวณพื้นที่ เช่น ที่พัก จุดชมวิว จุดนั่งพักภายในศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.89 ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.73 ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.72 สื่อ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.72 ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.60 การให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.59 การทำป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.69 การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย 3.75

แรงจูงใจจากปัจจัยที่มาจากความต้องการ ปัจจัยที่มาจากความต้องการ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .745 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านความต้องการในเรื่องความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านความต้องการสุนทรีย์ ค่าเฉลี่ย 3.81 ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ความรักความเป็นเจ้าของ ค่าเฉลี่ย 4.48 ด้านจากความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ค่าเฉลี่ย 3.70

สรุปได้ว่าผู้มาเยือนในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง มีแรงจูงใจมาจากความต้องการภายในตัวบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแรงจูงใจนั้นจะเกิดขึ้นจากสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวบุคคลนั้น ซึ่งมาจากความต้องการในด้านต่างๆของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งผลักดัน ทำให้ตัวบุคคลสามารถตัดสินใจกระทำสิ่งเหล่านั้นได้

### **ด้านความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว**

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ความสัมพันธ์มีทิศทางเดียวกันมากที่สุดคือ การเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้กับความต้องการการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล รองลงมา คือ ความคาดหวังกับกิจกรรมในพื้นที่กับความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน และความสัมพันธ์ที่มีทิศทางตรงกันข้ามคือ การวางแผนการเดินทางกับความต้องการพักผ่อนส่วนบุคคล

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการวิจัยมีประเด็นการอธิปรายดังนี้

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลโดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา และรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งเห็นได้ว่ากลุ่มผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการรับรู้ผ่านสิ่งต่างๆ ที่สามารถดึงดูดเขาได้ และกลุ่มคนนี้นิยมออกเดินทางหาสิ่งแปลกใหม่ อยู่เสมอ โดยคำนึงถึงความน่าสนของพื้นที่ เพื่อที่จะสามารถถ่ายรูปแล้วนำไปอัปโหลดทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้มาเยือนเคยเดินทางมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 2 ครั้ง รองลงมาเดินทางมาเป็นครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับวิคิเนีย มายอร์ (2555) กลุ่มตัวอย่างได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไปและใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงเป็นเวลา 1 วัน ร้อยละ 48.75 รองลงมา 2 วัน ผู้มาเยือนเดินทางมาร่วมกัน 2-3 คนมีความสัมพันธ์เป็นเพื่อนกันมากที่สุด รองลงมาเดินทางแบบเป็นครอบครัว ร้อยละ 30.25 โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับกาญจนา กาแก้ว (2558) กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีการวางแผนการเดินทาง การตัดสินใจพักผ่อนนิยมพักในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ และพักแรมที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง ซึ่งสอดคล้องกับ นภัสวณิช ศักดิ์ชัชวาล กลุ่มตัวอย่างได้วางแผนการเดินทาง และศึกษาข้อมูลมาล่วงหน้า ผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเยือนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนมาก โดยใช้ Facebook ในการเข้าถึงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ นภัสวณิช ศักดิ์ชัชวาล กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตในการในการตัดสินใจเดินทาง และมีการแสวงหาข้อมูลและวางแผนทางการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้มาเยือนมีความคาดหวังต่อกิจกรรมระดับมาก ผู้มาเยือนมีการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ พรพิมล วิกรัยพัฒน์ ความคาดหวังมีผลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง การเดินทางกลับมายังศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ กลับมาแน่นอน แนะนำให้ผู้อื่นมาเยือน ซึ่ง สอดคล้องกับ กอบกาญจน์ เจริญทอง ผู้ให้ข้อมูลบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวแน่นอนและจะกลับมาท่องเที่ยวอีกหากมีโอกาสกลับมา จากการที่ผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ นั้น ทำให้มีการเข้าถึงพื้นที่ แสวงหา

ข้อมูล และวางแผนโดยใช้สื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก การเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ในปัจจุบันเป็นไปได้ง่าย ซึ่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่ใช้ Facebook ในการเข้าถึงแหล่งหรือพื้นที่ต่างๆ ผ่านทางเพจ ที่แสดงรูปภาพและคำบรรยายให้ผู้เสพสื่อออนไลน์มีความสนใจ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในปัจจุบันนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการดึงดูดให้เกิดการเดินทางมาเยือนในพื้นที่ต่างๆ ถึงแม้จะเป็นพื้นที่ที่เคยไปเยือนมาแล้วนั้น เมื่อได้เห็นการแชร์ข้อมูลว่ามีการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงของพืช พรรณไม้ ผ่านทางรูปภาพในสังคมออนไลน์ก็ทำให้ผู้ที่เคยมาเยือน สนใจและเดินทางกลับมาในพื้นที่อีกครั้ง และการแชร์หรือโพสรูปภาพ แสดงความคิดเห็น ก็เป็นกระบวนการ แนะนำหรือบอกต่อโดยที่โครงการหลวงไม่ต้องการลงทุนในด้านโฆษณาและสามารถเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนได้อย่างง่ายดาย และในปัจจุบันนี้ไม่ใช่เพียงแค่กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ คนรุ่นก่อนๆ ก็หันมาให้ความสนใจกับสื่อสังคมออนไลน์ และเข้าถึงสิ่งเหล่านั้นได้อย่างง่ายดาย

จากการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัด เชียงใหม่ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีปัจจัยอยู่ 3 ด้าน คือ 1. แรงจูงใจจากปัจจัยภายในตัวบุคคล 2. แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก 3. แรงจูงใจจากปัจจัยที่มาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล จากผล การศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่มากที่สุดมาจาก แรงจูงใจจากปัจจัยภายในตัวบุคคล โดยผู้มาเยือน ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของตนเอง และ ความต้องการพักผ่อนของบุคคล สอดคล้องกับ วิดิเนีย มาเยอร์ มีปัจจัยที่ดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาคือ เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดและความเป็น ธรรมชาติชอบพื้นที่ และสอดคล้องกับเมลดา ธนิตนนท์ (2560) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ด้านปัจจัยผลึก เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาเป็น แรงจูงใจจากปัจจัยภายนอก ความน่าสนใจภายในศูนย์การเรียนรู้ ความเงียบสงบและธรรมชาติของ ศูนย์การเรียนรู้ และความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้ สอดคล้องกับเจนจิรา บรรจงนิ๊ก ปัจจัยดึงดูด กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจด้านความสวยงามของสถานที่สูงที่สุด และ กรณิกา จารุภรณ์ (2560) ปัจจัยที่ดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางคือความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ แรงจูงใจจากปัจจัยที่มาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย หมายถึงความปลอดภัยในตัวทรัพย์สินของบุคคล และสถานที่ที่ได้เข้ามาเยือนมีความปลอดภัย บริบท ของพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีความโดดเด่นสวยงามในพื้นที่อยู่แล้ว ซึ่งนั่นเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้มีผู้มาเยือนเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งเมื่อผู้คนเห็นความสวยงามผ่าน กระบวนการรับรู้ต่างๆของแต่ละบุคคลนั้น ก็จะเกิดแรงกระตุ้นในการเดินทางมายังพื้นที่ศูนย์การ เรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้จำนวนผู้มาเยือนมีเพิ่มขึ้น และการปรับเปลี่ยนบริบทของ พื้นที่ให้สอดคล้องกับฤดูกาลก็จะทำให้ดึงดูดผู้มาเยือนได้ตลอดทั้งปี ไม่ใช่เพียงแค่ช่วงฤดูหนาว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาซึ่งข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้มาเยือน เพื่อเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ให้สอดคล้องตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายของผู้มาเยือน ตามฤดูกาล สภาพอากาศ และช่วงเวลา
2. ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการพัฒนาช่องทางประชาสัมพันธ์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้มีความน่าสนใจ เพื่อให้สามารถดึงดูดผู้มาเยือนให้เดินทางมาได้ทุกฤดูกาล
3. ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบและกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มาเยือนให้ดียิ่งขึ้น



## บรรณานุกรม

- กรณิกา จารุภรณ์. 2560. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กรมการท่องเที่ยว. 2558. แผนพัฒนาปฏิบัติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ พ.ศ.2558-2560. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- \_\_\_\_\_. 2560ก. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/222/25823> (2 มีนาคม 2561).
- \_\_\_\_\_. 2560ข. สถิตินักท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/221/24246> (7 กันยายน 2561).
- กฤษ เตชะประเสริฐ. 2556. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยในเขต จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กอบกาญจน์ เหริยอุทอง. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยสยาม.
- กาญจนา กาแก้ว. 2558. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- จรัสนันท์ สิทธิเจริญ. 2550. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจนจิรา บรรจงนิ๊ก. 2555. แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว งานวิชาการคณะมนุษยศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวัลนุช อุทยาน. 2551. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/> (10 เมษายน 2560).
- ณัฐชนก อยู่จำรัส. 2559. สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://smartfinder.asia/th/influence-tourists/> (2 พฤษภาคม 2560).
- นงค์เยาว์ วิริยานนท์. 2548. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัย

- แวตล้อมด้านนันทนาการบริเวณน้ำตกกระทิง อุทยานแห่งชาติเขาคิซมภูฏ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภัสวณัจ คักดิ์ซัซวาล. 2553. พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เนตรดาว มัชฌิชา. 2549. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของครูที่เลี้ยงอบรมเด็กก่อนก่อนเกณฑ์ในวัด จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. .
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรินซ์ข้าหลวง เพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- พรพิมล วิกรัยพัฒน์. 2554. แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ น. 703-714. ใน การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 10. วันที่ 6-7 ธันวาคม 2556.
- พริ้มเพรา ดิษยวณิช. 2559. การจูงใจ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.chamlongclinic-psych.com/document/motif/> (2 พฤษภาคม 2560).
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- พิบูล ทีปะปาล. 2543. การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- พูนศักดิ์ กาญจนสำราญวงศ์. 2546. การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งและฤดูกาลท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มูลนิธิโครงการหลวง. ประวัติมูลนิธิโครงการหลวง. 2555ก. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.royalprojectthailand.com/vision\\_mission](http://www.royalprojectthailand.com/vision_mission) (18 ตุลาคม 2559).
- \_\_\_\_\_. 2555ข. แผนแม่บทงานวิจัยของมูลนิธิโครงการหลวง. เชียงใหม่: มูลนิธิโครงการหลวง.
- เมลดา ธนิตนนท์. 2560. การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. 2558. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราณี อิลิชัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. 2551. การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2556. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2556. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/พฤติกรรมผู้บริโภค> (12 มกราคม 2560).
- \_\_\_\_\_. 2560. **แรงจูงใจ**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/แรงจูงใจ> (12 มกราคม 2560).
- วิกิเนีย มายอร์. 2555. **การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สรชัย พิศาลบุตร และ นฤมล สมิตินันท์. 2526. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://thassaneeya.blogspot.com/2015/09/blog-post.html> (5 มีนาคม 2560).
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. ม.ป.ป. **สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.cm-mots.com/travel/index.html> (12 มกราคม 2560).
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง. ม.ป.ป. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.ranong.go.th/wpmqa/pdf/travel.doc](http://www.ranong.go.th/wpmqa/pdf/travel.doc) (12 มกราคม 2560).
- สิริรัตน์ นาคแป้น. 2555. **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพันธ์ณี ศรเสนา. 2558. **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสังกัดสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 34(5), 191-204.
- สุวิรัตน์ สโณศิริ. 2554. **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- อาริสา ลูกกลม. 2558. **พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของนักท่องเที่ยวกลุ่มผจญภัยในจังหวัดเพชรบูรณ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Maslow, A.H. 1943. A Thoery of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Pearce, P.L., Morrison, A.M. & Rutledge, J.L. 1998. **Tourism: Bridges across continents**. Sydney: McGraw-Hill.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. 1999. **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford: Butterworth Heineman.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์เรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

โดย นางสาวพนิดา ศิริเกษร

สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง

“พฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์เรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่”

คำอธิบาย แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

ตอนที่ 3 ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน

ตอนที่ 1

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปี (เกินกว่า 6 เดือนให้นับเป็น 1 ปี)

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่า/แยกกันอยู่

หม้าย

4. ภูมิภาค

ภาคเหนือ

ภาคกลาง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออก

ภาคตะวันตก

ภาคใต้

5. วุฒิมัธยมศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

## 6. อาชีพหลักของท่าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> เจ้าของธุรกิจ         |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร                  | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท         |
| <input type="checkbox"/> นักเรียน นักศึกษา        | <input type="checkbox"/> พ่อบ้านหรือแม่บ้าน    |
| <input type="checkbox"/> ผู้เกษียณอายุ            | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

## 7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 - 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 - 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001-60,000 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 60,001 - 75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 75,001 - 90,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 90,001 บาท  |  |

## ตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ตามความเป็นจริงโดยใช้เกณฑ์พิจารณา ดังนี้

- ท่านเคยมาเยือนศูนย์การเรียนรู้หรือไม่
 

<input type="checkbox"/> ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 3)	<input type="checkbox"/> เคย
---	------------------------------
- ท่านเคยมาเยือนในศูนย์เรียนรู้ก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)
 

<input type="checkbox"/> 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 3 ครั้งขึ้นไป
----------------------------------	----------------------------------	--
- ระยะเวลาของการมาเยือนในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> 1 วัน	<input type="checkbox"/> 2 วัน	<input type="checkbox"/> 3 วันหรือมากกว่า
--------------------------------	--------------------------------	---
- จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> มาคนเดียว	<input type="checkbox"/> 2 - 3คน
<input type="checkbox"/> 4 - 5คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6คน
- ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง
 

<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> ครอบครัว
<input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน	<input type="checkbox"/> คนรัก/แฟน
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
- ยานพาหนะในการเดินทางของท่าน
 

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล	<input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์
<input type="checkbox"/> รถยนต์เช่า	<input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์เช่า
<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง	

7. ท่านใช้ปัจจัยใดบ้างในการเลือกมาเยือนสถานที่แห่งนี้

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ประสบการณ์ส่วนตัว                        | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์    |
| <input type="checkbox"/> นิตยสารท่องเที่ยว                        | <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต    |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์                                 | <input type="checkbox"/> เพื่อน/ครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์ Social Media (ตอบข้อ 8) |  |

8. จากข้อ 7 ท่านเลือก สื่อสังคมออนไลน์ Social Media ช่องทางใด

- |                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Instagram |
| <input type="checkbox"/> Twitter  | <input type="checkbox"/> Pantip    |
| <input type="checkbox"/> Youtube  |                                    |

9. ท่านมีการวางแผนการเดินทางครั้งนี้ไว้แล้ว

- |                             |                                |
|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|

10. ในการมาเยือนครั้งนี้ ท่านเลือกที่พักที่ใด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ที่พักในศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแห่งนี้                |  |
| <input type="checkbox"/> บ้านญาติ/พี่น้อง/เพื่อน                                   |  |
| <input type="checkbox"/> ที่พักในบริเวณใกล้เคียงศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแห่งนี้ |  |
| <input type="checkbox"/> ที่พักในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่                          | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

11. ท่านได้รับการเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้มากน้อยเพียงใด

- |                                    |                              |                                  |                               |                                     |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มากที่สุด | <input type="checkbox"/> มาก | <input type="checkbox"/> ปานกลาง | <input type="checkbox"/> น้อย | <input type="checkbox"/> น้อยที่สุด |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|

12. ท่านมีการคาดหวังกับกิจกรรมภายในพื้นที่มากน้อยเพียงใด

- |                                    |                              |                                  |                               |                                     |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มากที่สุด | <input type="checkbox"/> มาก | <input type="checkbox"/> ปานกลาง | <input type="checkbox"/> น้อย | <input type="checkbox"/> น้อยที่สุด |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|

13. ท่านจะเดินทางกลับมาเยือน ณ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแห่งนี้อีกหรือไม่

- |                                       |                                   |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กลับมาแน่นอน | <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ |
| <input type="checkbox"/> ไม่กลับมา    |                                   |

14. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวที่นี่หรือไม่

- |                                |                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> แนะนำ | <input type="checkbox"/> ไม่แนะนำ |
|--------------------------------|-----------------------------------|

ตอนที่ 3 ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวง จังหวัด เชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามความเป็นจริงโดยใช้เกณฑ์พิจารณา ดังนี้

ความคิดเห็นมากที่สุด = 5 คะแนน ความคิดเห็นมาก = 4 คะแนน ความคิดเห็นปานกลาง = 3

คะแนน ความคิดเห็นน้อย = 2 คะแนน ความคิดเห็นน้อยที่สุด = 1 คะแนน

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ปัจจัยภายใน</b>					
1. ความต้องการพักผ่อนของคุณ					
2. ความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของคุณ					
3. ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของคุณ					
4. ความต้องการศึกษาเรียนรู้ของคุณ					
<b>ปัจจัยภายนอก</b>					
1. ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้					
2. ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้					
3. ความเจียบสงบ และธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้					
4. การจัดการสถานที่บริเวณพื้นที่ เช่น ที่พัก จุดชมวิว จุดนั่งพัก ภายในแหล่งท่องเที่ยว					
5. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้					
6. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
7. สื่อ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของศูนย์					

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การเรียนรู้					
8. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในศูนย์การเรียนรู้					
9. การให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์การเรียนรู้					
10. การทำป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้					
11. การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้					
<b>ปัจจัยที่มาจากความต้องการของบุคคล</b>					
1. ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย					
2. ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นเจ้าของ					
3. ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน					
4. ความต้องการสุนทรียะ					

### ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม

ตารางผนวกที่ 1 ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ผู้ทรงคุณวุฒิที่			ค่า IOC	ค่า Validity
	1	2	3		
<b>ด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว</b>					
1. ท่านเคยมาเยือนศูนย์การเรียนรู้หรือไม่	+1	+1	+1	1	1
2. ท่านเคยมาเยือนในศูนย์เรียนรู้ก่อนหน้านี้อีกครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)	+1	+1	+1	1	1
3. ระยะเวลาของการมาเยือนในครั้งนี้	+1	+1	+1	1	1
4. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้	+1	+1	+1	1	1
5. ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง	+1	+1	+1	1	1
6. ยานพาหนะในการเดินทางของท่าน	+1	+1	+1	1	1
7. ท่านใช้ปัจจัยใดบ้างในการเลือกมาเยือนสถานที่แห่งนี้	+1	+1	+1	1	1
8. จากข้อ 7 ท่านเลือก สื่อสังคมออนไลน์ Social Media ช่องทางใด	+1	+1	+1	0.67	1
9. ท่านมีการวางแผนการเดินทางครั้งนี้ไว้แล้ว	+1	+1	+1	1	1
10. ในการมาเยือนครั้งนี้ ท่านเลือกที่พักที่ใด	+1	+1	+1	1	1
11. ท่านได้รับการเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้มากน้อยเพียงใด	+1	+1	+1	1	1
12. ท่านมีการคาดหวังกับกิจกรรมภายในพื้นที่มากน้อยเพียงใด	+1	+1	+1	1	1
13. ท่านจะเดินทางกลับมาเยือน ณ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแห่งนี้อีกหรือไม่	+1	+1	+1	1	1
14. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวที่นี่หรือไม่	+1	+1	+1	1	1

ตารางผนวกที่ 1 ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม (ต่อ)

แบบสอบถาม	ผู้ทรงคุณวุฒิที่			ค่า	ค่า
	1	2	3	IOC	Validity
<b>ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว</b>					
<b>ปัจจัยภายใน</b>					
1. ความต้องการพักผ่อนของบุคคล	+1	+1	+1	1	1
2. ความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของบุคคล	+1	+1	+1	1	1
3. ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของบุคคล	+1	+1	+1	1	1
4. ความต้องการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล	+1	+1	+1	1	1
<b>ปัจจัยภายนอก</b>					
1. ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
2. ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
3. ความเรียบง่ายและธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
4. การจัดการสถานที่บริเวณพื้นที่ เช่น ที่พัก จุดชมวิว จุดนั่งพัก ภายในศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
5. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
6. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	1
7. สื่อ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
8. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1

ตารางผนวกที่ 1 ผลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม (ต่อ)

แบบสอบถาม	ผู้ทรงคุณวุฒิที่			ค่า	ค่า
	1	2	3	IOC	Validity
9. การให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
10. การทำป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
11. การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้	+1	+1	+1	1	1
<b>ปัจจัยที่มาจากความต้องการของบุคคล</b>					1
1. ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย	+1	+1	+1	1	1
2. ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นเจ้าของ	+1	+1	+1	1	1
3. ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน	+1	+1	+1	1	1
4. ความต้องการสุนทรียะ	+1	+1	+1	1	1
<b>รวม</b>				<b>33.67</b>	<b>33</b>



ภาคผนวก ค

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น

ตารางผนวกที่ 2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

ด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน	ค่าความเชื่อมั่น (n=30)
1. ท่านเคยมเยือนศูนย์การเรียนรู้หรือไม่	0.876
2. ท่านเคยมาเยือนในศูนย์เรียนรู้ก่อนหน้ากี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)	0.881
3. ระยะเวลาของการมาเยือนในครั้งนี้	0.879
4. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้	0.878
5. ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง	0.882
6. ยานพาหนะในการเดินทางของท่าน	0.879
7. ท่านใช้ปัจจัยใดบ้างในการเลือกมาเยือนสถานที่แห่งนี้	0.877
8. จากข้อ 7 ท่านเลือก สื่อสังคมออนไลน์ Social Media ช่องทางใด	0.881
9. ท่านมีการวางแผนการเดินทางครั้งนี้ไว้แล้ว	0.879
10. ในการมาเยือนครั้งนี้ ท่านเลือกที่พักที่ใด	0.886
11. ท่านได้รับการเรียนรู้ในการมาเยือนครั้งนี้มากนักน้อยเพียงใด	0.871
12. ท่านมีการคาดหวังกับกิจกรรมภายในพื้นที่มากนักน้อยเพียงใด	0.871
13. ท่านจะเดินทางกลับมาเยือน ณ ศูนย์การเรียนรู้โครงการหลวงแห่งนี้ นี้อีกหรือไม่	0.881
14. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวที่นี่หรือไม่	0.878
<b>ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น</b>	<b>0.879</b>

**ตารางผนวกที่ 3 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว**

<b>ด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือน</b>	<b>ค่าความเชื่อมั่น (n=30)</b>
<b>ปัจจัยภายใน</b>	
1. ความต้องการพักผ่อนของบุคคล	0.870
2. ความต้องการค้นหาสิ่งใหม่ของคน	0.867
3. ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจของบุคคล	0.868
4. ความต้องการศึกษาเรียนรู้ของบุคคล	0.868
<b>ปัจจัยภายนอก</b>	
1. ความน่าสนใจของศูนย์การเรียนรู้	0.868
2. ความสะอาดของศูนย์การเรียนรู้	0.868
3. ความเรียบง่ายและธรรมชาติของศูนย์การเรียนรู้	0.868
4. การจัดการสถานที่บริเวณพื้นที่ เช่น ที่พัก จุดชมวิว จุดนั่งพัก ภายในศูนย์การเรียนรู้	0.869
5. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์การเรียนรู้	0.869
6. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.869
7. สื่อ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้	0.869
8. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้	0.869
9. การให้บริการด้านที่จอดรถภายในศูนย์การเรียนรู้	0.870
10. การทำป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อไปยังศูนย์การเรียนรู้	0.870
11. การแนะนำหรือให้ข้อมูลด้านศูนย์การเรียนรู้	0.869
<b>ปัจจัยที่มาจากความต้องการของบุคคล</b>	
1. ความต้องการในเรื่องความปลอดภัย	0.869
2. ความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ ความรัก ความเป็นเจ้าของ	0.870
3. ความต้องการในเรื่องการใฝ่รู้ ใฝ่เรียน	0.869
4. ความต้องการสุนทรีย์	0.869
<b>ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น</b>	<b>0.869</b>



ภาคผนวก ง

ภาพประกอบ



ภาพผนวกที่ 1 สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง

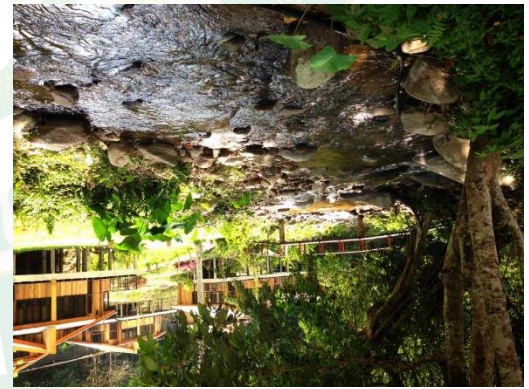


ภาพผนวกที่ 2 สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์





ภาพผนวกที่ 3 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย (ม่อนแจ่ม)



ภาพผนวกที่ 4 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวพนิดา ศิริเกษร
เกิดเมื่อ	31 ตุลาคม 2535
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2553 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย พ.ศ. 2557 ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

