

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้ คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประกอบด้วยเพศ อายุ ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน ได้ผลการศึกษาจากการสำรวจข้อมูล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	157	39.25
หญิง	243	60.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และมีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	108	27.00
21 – 30 ปี	184	46.00
31 – 40 ปี	78	19.50
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	30	7.50
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาคือ ภาคกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ภาคเหนือ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ ภาคใต้ จำนวน 33คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	40	10.00
ภาคกลาง	98	24.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	229	57.25
ภาคใต้	33	8.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 และ สมรส จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	332	83.00
สมรส	68	17.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคือ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และพนักงานบริษัท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	90	22.50
พนักงานบริษัท	62	15.50
ธุรกิจส่วนตัว	63	15.75
นักเรียน / นักศึกษา	185	46.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	81	20.25
ปริญญาตรี	260	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	246	61.50
10,001 – 20,000 บาท	73	18.25
20,001 – 30,000 บาท	31	7.75
มากกว่า 30,000 บาท	50	12.50
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบไปด้วย การออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว การจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว จำนวนวันในการท่องเที่ยว ช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่พักแรม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายจำแนกตามรายละเอียด สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการชื่นชอบมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวในเชียงคานที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต้องการไปมากที่สุด ได้ผลการศึกษาจากการสำรวจข้อมูล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่มีการออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 และมีการออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงการออมเงินเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

การออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	99	24.75
ไม่มี	301	75.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน จำนวน 286 คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือ เพื่อศึกษาดูงาน จำนวน 82 คิดเป็นร้อยละ 20.50 เพื่อธุรกิจ / ประชุม / สัมมนา/ทำงาน จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.80 และ เยี่ยมญาติ / เพื่อน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	286	71.50
ศึกษาดูงาน	82	20.50
ธุรกิจ / ประชุม / สัมมนา / ทำงาน	23	5.80
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	9	2.20
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.25 และจัดการโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จัดการด้วยตัวเอง	353	88.25
ผ่านบริษัทนำเที่ยว	47	11.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคือ เดินทางท่องเที่ยวกับผู้บังคับบัญชา / เพื่อนร่วมงาน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคนในครอบครัว /ญาติพี่น้อง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงบุคคลที่ร่วมเดินทางกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	16	4.00
คนในครอบครัว / ญาติพี่น้อง	60	15.00
เพื่อน	237	59.25
ผู้บังคับบัญชา / เพื่อนร่วมงาน	87	21.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นเพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมาคือจากเว็บไซต์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 จากประสบการณ์การเดินทางครั้งก่อน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 จากโทรทัศน์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 จากหนังสือท่องเที่ยว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทนำเที่ยว	9	2.25
หนังสือท่องเที่ยว	32	8.00
โทรทัศน์	33	8.25
เพื่อน / คนรู้จัก	221	55.25
เว็บไซต์	64	16.00
ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน	41	10.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 และผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เคยมาและไม่เคยมาเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

นักท่องเที่ยวที่เคยมาและไม่เคยมาเที่ยวอำเภอเชียงคาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	145	36.25
ไม่เคย	255	63.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 เดินทางด้วยรถเช่า จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เดินทางด้วยเครื่องบิน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และเดินทางด้วยรถไฟ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถไฟ	1	0.25
รถโดยสารสาธารณะ	104	26.00
รถเช่า	80	20.00
รถส่วนตัว	207	51.75
เครื่องบิน	8	2.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวด้วยการเดิน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ท่องเที่ยวโดยรถจักรยาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ท่องเที่ยวด้วยรถเช่า จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และท่องเที่ยวโดยรถจักรยานยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงประเภทพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้ในแหล่งท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดิน	161	40.25
รถยนต์ส่วนตัว	103	25.75
รถจักรยานยนต์	22	5.50
รถจักรยาน	74	18.50
รถเช่า	40	10.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ใช้เวลาน้อยกว่า 3 วัน จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมา คือ ใช้เวลา 3 – 5 วัน จำนวน 90 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และใช้เวลา 6 – 8 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และใช้เวลามากกว่า 8 วันขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนวันในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จำนวนวันในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 วัน	304	76.00
3 – 5 วัน	90	22.50
6 – 8 วัน	3	0.75
มากกว่า 8 วันขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 รองลงมาคือท่องเที่ยวในช่วง วันจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ท่องเที่ยวในช่วงเวลาว่าง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และท่องเที่ยวในช่วงวันที่มีเทศกาลของทางอำเภอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงช่วงระยะเวลาในการมาเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ช่วงระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จันทร์ – ศุกร์	45	11.25
เสาร์ – อาทิตย์	331	82.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	9	2.25
วันที่มีเทศกาลของทางอำเภอ	2	0.5
เวลาว่าง	13	3.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักโฮมสเตย์ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ พักที่บังกะโล / รีสอร์ท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 พักที่โรงแรม จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ไม่ได้พัก (ไป – กลับ) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 พักบ้านญาติ / เพื่อน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 พักบ้านพักรับรองของทางราชการหรือเอกชน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และพักวัด / โรงเรียน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงสถานที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

สถานที่พักแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม	75	18.75
บังกะโล / รีสอร์ท	91	22.75
วัด / โรงเรียน	1	0.25
บ้านญาติ / เพื่อน	34	8.50
โฮมสเตย์	155	38.75
บ้านพักรับรองของทางราชการหรือเอกชน	5	1.25
ไม่พัก (ไป – กลับ)	39	9.75
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และมีค่าใช้จ่าย 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อ.เชียงคาน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	186	46.5
1,001 – 2,000 บาท	65	16.25
2,001 – 3,000 บาท	53	13.25
มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	96	24.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 47 คน ที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้จ่ายในค่าพาหนะ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.79 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 15.99 ค่าที่พัก และของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 7.60 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.76 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 6.71 ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 6.66 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 2.89 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว

ค่าใช้จ่ายจำแนกตามรายละเอียด	N	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (บาท)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว	21	1,201	15.99
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	14	504	6.71
ค่าที่พัก	7	571	7.60
ค่าพาหนะ	5	3,440	45.79
ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	1	500	6.66
ค่าซื้อของที่ระลึก	12	571	7.60
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	3	217	2.89
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	6	508	6.76
รวม		7,512	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

**หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านบริษัททัวร์ 47 คน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 353 คน ที่เดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ใช้จ่ายในค่าพาหนะ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 20.30 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 16.35 ค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 15.94 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 10.88 ค่าซื้อของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 10.80 ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 4.24 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ที่เดินทางด้วยตัวเอง

ค่าใช้จ่ายจำแนกตามรายละเอียด	N	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	224	1,046	16.35
ค่าที่พัก	167	1,020	15.94
ค่าพาหนะ	161	1,376	21.50
ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	26	271	4.24
ค่าซื้อของที่ระลึก	173	691	10.80
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	59	696	10.88
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	57	1,299	20.30
รวม		6,399	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

**หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวที่จัดการการเดินทางด้วยตัวเอง 353 คน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.35 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนสถาน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 การเดินป่า ล่องแก่ง ปีนเขา กิจกรรมกลางแจ้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งประดิษฐ์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 การส่องสัตว์ สวนสัตว์ การแสดงของสัตว์ สวนสนุก การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนสถาน	76	19.00
แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งประดิษฐ์	14	3.50
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	153	38.25
การส่องสัตว์ สวนสัตว์ การแสดงของสัตว์	11	2.75
การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	42	10.50
การเดินป่า ล่องแก่ง ปีนเขา กิจกรรมกลางแจ้ง	73	18.25
สวนสนุก	11	2.75
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	11	2.75
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	5	1.25
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	4	1.00
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวจุดชมวิวกุทอก จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 16.97 แก่งคุดคู้ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 16.21 ถนนคนเดินริมโขง จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 บ้านเรือนโบราณริมโขง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 13.29 พระพุทธบาทภูควายเงิน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 9.92 หมู่บ้านชาวไทดำบ้านนาป่าหนาด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 9.72 วัดศรีคุณเมือง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 9.21 พระใหญ่ภูคกงิ้ว จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 8.81 วัดภูซำน้อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.15 ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัดศรีคุณเมือง	183	9.21
แก่งคุดคู้	322	16.21
พระพุทธบาทภูควายเงิน	197	9.92
จุดชมวิวกุทอก	337	16.97
พระใหญ่ภูคกงิ้ว	175	8.81
บ้านเรือนโบราณริมโขง	264	13.29
หมู่บ้านชาวไทดำ บ้านนาป่าหนาด	193	9.72
ถนนคนเดินริมโขง	312	15.71
วัดภูซำน้อย	3	0.15
รวม	1986	100

ที่มา : จากการสำรวจ

**หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรม ในที่นี้คือ การทดสอบข้อมูลส่วนบุคคลกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยว โดยได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.164 มากกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5 % ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

เพศ	ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม	
	ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท		
ชาย	ความถี่	72	19	21	45	157
	ร้อยละ	(45.86)	(12.10)	(13.38)	(28.66)	(100.00)
หญิง	ความถี่	114	46	32	51	243
	ร้อยละ	(46.91)	(18.93)	(13.17)	(20.99)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 5.103$, $df = 3$, $sig = 0.164$, $sig > 0.05$, $error = 0\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์แอสควร์ ตามตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5 % ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อายุ		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท	
ไม่เกิน 20 ปี	ความถี่	76	18	6	8	108
	ร้อยละ	(70.37)	(16.67)	(5.55)	(7.41)	(100.00)
21- 30 ปี	ความถี่	84	34	26	40	184
	ร้อยละ	(45.65)	(18.48)	(14.13)	(21.74)	(100.00)
31- 40 ปี	ความถี่	15	11	17	35	78
	ร้อยละ	(19.23)	(14.10)	(21.79)	(44.87)	(100.00)
มากกว่า 40 ปี	ความถี่	11	2	4	13	30
	ร้อยละ	(36.67)	(6.67)	(13.33)	(43.33)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 69.693$, $df = 9$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 12.5\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์สแควร์ ตามตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig= 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5 % ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ภูมิลำเนา		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท	
ภาคเหนือ	ความถี่	15	6	7	12	40
	ร้อยละ	(37.50)	(15.00)	(17.50)	(30.00)	(100.00)
ภาคกลาง	ความถี่	27	20	17	34	98
	ร้อยละ	(27.55)	(20.41)	(17.35)	(34.69)	(100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ความถี่	134	35	20	40	229
	ร้อยละ	(58.52)	(15.28)	(8.73)	(17.47)	(100.00)
ภาคใต้	ความถี่	10	4	9	10	33
	ร้อยละ	(30.30)	(12.12)	(27.27)	(30.30)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)
หมายเหตุ: $X^2 = 38.892$, $df = 9$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 6.3\%$						

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์แอสควร์ ตามตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5 % ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

สถานภาพสมรส		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท	
โสด	ความถี่	167	55	44	66	332
	ร้อยละ	(50.30)	(16.57)	(13.25)	(19.88)	(100.00)
สมรส	ความถี่	19	10	9	30	68
	ร้อยละ	(27.94)	(14.71)	(13.24)	(44.12)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 20.004$, $df = 3$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 0\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์แอสควร์ ตามตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5% ดังตารางที่ 4.28

ตาราง 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อาชีพ		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ความถี่	24	14	20	32	90
	ร้อยละ	(26.67)	(15.56)	(22.22)	(35.56)	(100.00)
พนักงานบริษัท	ความถี่	12	13	13	24	62
	ร้อยละ	(19.35)	(20.97)	(20.97)	(38.71)	(100.00)
ธุรกิจส่วนตัว	ความถี่	19	2	12	30	63
	ร้อยละ	(30.16)	(3.17)	(19.05)	(47.62)	(100.00)
นักเรียน/นักศึกษา	ความถี่	131	36	8	10	185
	ร้อยละ	(70.81)	(19.46)	(4.32)	(5.51)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 126.116$, $df = 9$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 0\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์แอสควร์ ตามตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5% ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	ไม่เกิน 1,000 บาท	ไม่เกิน 1,000 บาท	ไม่เกิน 1,000 บาท	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ความถี่	45	11	7	18	81
	ร้อยละ	(55.56)	(13.58)	(8.64)	(22.22)	(100.00)
ปริญญาตรี	ความถี่	130	44	28	58	260
	ร้อยละ	(50.00)	(16.92)	(10.77)	(22.31)	(100.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	ความถี่	11	10	18	20	59
	ร้อยละ	(18.64)	(16.95)	(30.51)	(33.90)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 30.999$, $df = 6$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 0\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

ผลการทดสอบไคว์แอสควร์ ตามตารางที่ 4.30 พบว่า ค่า sig ที่คำนวณได้ sig = 0.000 น้อยกว่า sig ที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงให้เห็นว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ 5% ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

รายได้		ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางครั้งนี้				รวม
		ไม่เกิน 1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท	
ไม่เกิน 10,000 บาท	ความถี่	152	41	20	33	246
	ร้อยละ	(61.79)	(16.67)	(8.13)	(13.41)	(100.00)
10,001-20,000 บาท	ความถี่	20	10	18	25	73
	ร้อยละ	(27.40)	(13.70)	(24.66)	(34.25)	(100.00)
20,001-30,000 บาท	ความถี่	5	7	4	15	31
	ร้อยละ	(16.13)	(22.58)	(12.90)	(48.39)	(100.00)
มากกว่า 30,000บาท	ความถี่	9	7	11	23	50
	ร้อยละ	(18.00)	(14.00)	(22.00)	(46.00)	(100.00)
รวม	ความถี่	186	65	53	96	400
	ร้อยละ	(46.50)	(16.25)	(13.25)	(24.00)	(100.00)

หมายเหตุ : $X^2 = 81.589$, $df = 9$, $sig = 0.000$, $sig < 0.05$, $error = 6.3\%$

ที่มา : จากการสำรวจ

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สามารถแยกเป็นปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดจำนวน 400 คน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ปัจจัยด้านการให้บริการ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ปัจจัยด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ และสามารถแยกออกเป็นปัจจัยย่อยได้ดังนี้

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ที่ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด รองมาคือ ปัจจัยด้านวิถีชีวิตของคนในชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ที่ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด ปัจจัยด้านจุดเด่น ความน่าสนใจ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ที่ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ที่ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด และปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับประเทศ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ที่ระดับความมีอิทธิพลมากที่สุด ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคานจังหวัดเลย

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนนเฉลี่ย (อันดับ)	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ	142 (35.50)	216 (54.00)	42 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.25 (1)	มาก
แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม	95 (23.80)	224 (56.00)	78 (19.50)	3 (0.80)	0 (0.00)	4.03 (4)	มาก
วิถีชีวิตของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	156 (39.00)	186 (46.50)	53 (13.30)	5 (1.30)	0 (0.00)	4.23 (2)	มาก
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ	80 (20.00)	187 (46.80)	119 (29.80)	14 (3.50)	0 (0.00)	3.83 (5)	มาก
จุดเด่น ความน่าสนใจ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	113 (28.30)	208 (52.00)	75 (18.80)	3 (0.80)	1 (0.30)	4.07 (3)	มาก
รวม						4.08 (2)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านราคา คือ ปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนนเฉลี่ย (อันดับ)	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ราคา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม	101 (25.30)	194 (48.50)	101 (25.30)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.23 (1)	มาก
รวม						4.23 (1)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านแหล่งที่พักตลอดจนร้านอาหารบริการมีความสะดวกและเพียงพอ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก รองมาคือ ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคครบครัน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ปัจจัยด้านเส้นทางในการเดินทาง ระยะทาง ความสะดวก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ปัจจัยด้านถนนหนทาง การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก และปัจจัยด้านการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่เหมาะสม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงปัจจัยด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยด้านกายภาพของ สถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของแหล่ง ท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย	106 (26.50)	228 (57.00)	61 (15.30)	5 (1.30)	0 (0.00)	4.09 (2)	มาก
การใช้ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวที่เหมาะสม	73 (18.30)	191 (47.80)	117 (29.30)	18 (4.50)	1 (0.30)	3.79 (6)	มาก
เส้นทางในการเดินทาง ระยะทาง ความสะดวก	81 (20.30)	187 (46.80)	115 (28.80)	17 (4.30)	0 (0.00)	3.83 (4)	มาก
ถนนหนทาง การ คมนาคมไปยังแหล่ง ท่องเที่ยว	77 (19.30)	190 (47.50)	118 (29.50)	15 (3.80)	0 (0.00)	3.82 (5)	มาก
มีระบบสาธารณูปโภค ครบครัน	96 (24.00)	212 (53.00)	83 (20.80)	9 (2.30)	0 (0.00)	3.99 (3)	มาก
แหล่งที่พัก ตลอดจน ร้านอาหารบริการ มีความ สะดวกและเพียงพอ	96 (24.00)	212 (53.00)	83 (20.80)	9 (2.30)	0 (0.00)	4.23 (1)	มาก
รวม						3.96 (4)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อกุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสื่อต่างๆ จากภาครัฐและเอกชน หรือเป็นการบอก
เล่าแบบปากต่อปาก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก และปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการขายโดยการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจาก
แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ตามลำดับ ดังตารางที่
4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยสื่อ ต่าง ๆ จากทาง ภาครัฐและเอกชน หรือการบอกเล่าปาก ต่อปาก	101 (25.30)	199 (49.80)	89 (22.30)	10 (2.50)	1 (0.30)	3.97 (1)	มาก
การส่งเสริมการขาย โดยการลดค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง ท่องเที่ยวจาก หน่วยงานภาครัฐและ เอกชนจากแหล่ง ท่องเที่ยว	68 (17.00)	185 (46.30)	124 (31.00)	20 (5.00)	3 (0.80)	3.74 (2)	มาก
รวม						3.86 (6)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีความทั่วถึง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีมาตรฐาน มีการควบคุมบริการที่ดี คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
การให้บริการมี มาตรฐาน มีการ ควบคุมการให้ บริการที่ดี	95 (23.80)	200 (50.00)	93 (23.30)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.95 (2)	มาก
การให้บริการมี ความทั่วถึง	92 (23.00)	220 (55.00)	76 (19.00)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.98 (1)	มาก
รวม						3.97 (3)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้าน
ความสุภาพของพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ
3.98 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก รองมาคือปัจจัยด้านคุณภาพและการให้บริการของพนักงานใน
แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ที่ระดับความมีอิทธิพลมาก และปัจจัยด้านอธยาศัย
ไมตรีจิตของคนในถิ่นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ที่ระดับความ
มีอิทธิพลมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความมีอิทธิพล					คะแนนเฉลี่ย (อันดับ)	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
อัตราสัขไมตรีจิตของ คนในถิ่นที่ให้การ ต้อนรับนักท่องเที่ยว	154 (38.50)	199 (49.80)	45 (11.30)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.74 (3)	มาก
คุณภาพและการ ให้บริการของพนักงาน ในแหล่งท่องเที่ยว	95 (23.80)	200 (50.00)	93 (23.30)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.95 (2)	มาก
ความสุภาพของ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการตามแหล่ง ท่องเที่ยว	92 (23.00)	220 (55.00)	76 (19.00)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.98 (1)	มาก
รวม						3.89 (5)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สามารถแยกเป็นปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ และความพึงพอใจด้านบุคลากร ตามลำดับ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดจำนวน 400 คน พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มากที่สุดคือ ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ที่ระดับความพึงพอใจมากรองลงมาคือ ระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจด้านราคา คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และสามารถแยกเป็นความพึงพอใจย่อยได้ ดังนี้

ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจย่อยที่มากที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.24 ที่ระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านวิถีชีวิตของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านจุดเด่น ความน่าสนใจ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.09 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					คะแนนเฉลี่ย (อันดับ)	แปลผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติ	143 (35.80)	209 (52.30)	48 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.24 (1)	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม	111 (27.80)	215 (53.80)	69 (17.30)	5 (1.30)	0 (0.00)	4.08 (4)	มาก
วิถีชีวิตของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	149 (37.30)	195 (48.80)	51 (12.80)	5 (1.30)	0 (0.00)	4.22 (2)	มาก
แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงระดับประเทศ	86 (21.50)	165 (41.30)	137 (34.30)	11 (2.80)	1 (0.30)	3.81 (5)	มาก
จุดเด่น ความน่าสนใจ ความสะอาด ของแหล่งท่องเที่ยว	125 (31.30)	194 (48.50)	73 (18.30)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.09 (3)	มาก
รวม						4.09 (2)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ความพึงพอใจด้านราคา (Price) ระดับความพึงพอใจด้านราคาค่าใช้จ่ายในการให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ที่ระดับความพึงพอใจมาก

ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงความพึงพอใจด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ราคา ค่าใช้จ่ายใน การใช้บริการตาม แหล่งท่องเที่ยวมี ความเหมาะสม	85 (21.30)	168 (42.00)	129 (32.30)	16 (4.00)	2 (0.50)	3.80 (1)	มาก
รวม						3.80 (6)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ความพึงพอใจด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว (Physical Evidence) ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ที่ระดับความพึงพอใจมาก รองมาคือ ความพึงพอใจด้านแหล่งที่พัก ตลอดจนร้านอาหารบริการมีความสะดวกและเพียงพอ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคครบครัน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจด้านการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและถนนหนทาง การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจด้านเส้นทางในการเดินทาง ระยะทาง ความสะดวก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 แสดงความพึงพอใจด้านกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจด้าน กายภาพของสถานที่ ท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของแหล่ง ท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย	107 (26.80)	215 (53.80)	75 (18.80)	3 (0.80)	0 (0.00)	4.07 (1)	มาก
การใช้ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว	87 (21.80)	190 (47.50)	111 (27.80)	12 (3.00)	0 (0.00)	3.88 (4)	มาก
เส้นทางในการเดินทาง ระยะทาง ความสะดวก	83 (20.80)	191 (47.80)	113 (28.30)	11 (2.80)	1 (0.30)	3.86 (5)	มาก
ถนนหนทาง การ คมนาคมไปยังแหล่ง ท่องเที่ยว	87 (21.80)	189 (47.30)	115 (28.80)	8 (2.00)	1 (0.30)	3.88 (4)	มาก
มีระบบสาธารณูปโภค ครบครัน	92 (23.00)	193 (48.30)	102 (25.50)	11 (2.80)	2 (0.50)	3.91 (3)	มาก
แหล่งที่พักตลอดจน ร้านอาหารบริการ มีความ สะดวกและเพียงพอ	105 (26.30)	198 (49.50)	91 (22.80)	5 (1.30)	1 (0.30)	4.00 (2)	มาก
รวม						3.93 (4)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ
ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยสื่อต่างๆ จากภาครัฐและเอกชน หรือการ
บอกเล่าปากต่อปาก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และ ความพึงพอใจ
ด้านการส่งเสริมการขายโดยการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและ
เอกชนจากแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ
ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยสื่อ ต่าง ๆ จากทางภาครัฐ และเอกชน หรือการ บอกเล่าปากต่อปาก	146 (36.80)	204 (51.00)	48 (12.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.23 (1)	มาก
การส่งเสริมการขาย โดยการลดค่าใช้จ่ายใน การเดินทางท่องเที่ยว จากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนจากแหล่ง ท่องเที่ยว	92 (23.00)	193 (48.30)	102 (25.50)	11 (2.80)	2 (0.50)	3.91 (2)	มาก
รวม						4.07 (3)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความทั่วถึง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ที่ระดับความพึงพอใจมาก และ ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีมาตรฐาน มีการควบคุมการให้บริการที่ดี คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 แสดงความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจด้าน กระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
การให้บริการมี มาตรฐาน มีการควบคุม การให้บริการที่ดี	85 (21.30)	168 (42.00)	129 (32.30)	16 (4.00)	2 (0.50)	3.80 (2)	มาก
การให้บริการมีความ ทั่วถึง	91 (22.80)	194 (48.50)	105 (26.30)	10 (2.50)	0 (0.00)	3.92 (1)	มาก
รวม						3.86 (5)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ความพึงพอใจด้านบุคลากร(People) ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจ
ด้านอรรถาศัยไมตรีจิตของคนในถิ่นที่ให้กาต้อนรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ที่
ระดับความพึงพอใจมาก รองมา คือ ความพึงพอใจด้านความสุภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่
ให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ที่ระดับความพึงพอใจมากและความ
พึงพอใจด้านคุณภาพและการให้บริการของพนักงานในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ
3.99 ที่ระดับความพึงพอใจมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 แสดงความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจ ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					คะแนน เฉลี่ย (อันดับ)	แปล ผล
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)		
อรรถาศัยไมตรีจิต ของคนในถิ่นที่ให้ การต้อนรับ นักท่องเที่ยว	146 (36.80)	204 (51.00)	48 (12.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.24 (1)	มาก
คุณภาพและการ ให้บริการของ พนักงานในแหล่ง ท่องเที่ยว	98 (24.50)	211 (52.80)	83 (20.80)	7 (1.80)	1 (0.30)	3.99 (3)	มาก
ความสุภาพของ พนักงาน หรือ เจ้าหน้าที่ที่ ให้บริการตาม แหล่งท่องเที่ยว	112 (28.00)	213 (53.30)	70 (17.50)	4 (1.00)	1 (0.30)	4.08 (2)	มาก
รวม						4.10 (1)	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ