

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งคนในพื้นที่และจากต่างจังหวัด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตรในช่วงเดือนปลายเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม 2554 จำนวน 300 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสามารถนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ และด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษามีดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวภายในบึงสีไฟที่ชื่นชอบ กิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ วันเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ และรายจ่ายในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิฐานะ ผลการศึกษามีดังนี้

4.1.1 เพศ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59 และเป็นเพศชายจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	123	41.0
หญิง	177	59.0
รวม	300	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.2 อายุ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี มีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมาคือ มีผู้ที่มีอายุ 41-60 ปี และผู้สูงอายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ 12.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 30 ปี ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	36	12.0
21-40 ปี	221	73.7
41-60 ปี	37	12.3
61 ปีขึ้นไป	6	2.0
รวม	300	100
อายุเฉลี่ย	30	

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.3 สถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นโสดจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และสถานภาพหย่าร้างมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกู้ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	182	60.7
สมรส	111	37
หย่าร้าง	7	2.3
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.4 อาชีพ

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกู้ที่ ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ พนักงานเอกชนและนักศึกษาจำนวน 79 คนและ 57 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ 19 ตามลำดับ ผู้ที่ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รับราชการจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพหรือผู้ที่กำลังหางานมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 5 คน เช่น รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 1.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกู้ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. อาชีพที่มีรายได้ประจำ	152	50.7
-รับราชการ	20	6.7
-รัฐวิสาหกิจ	53	17.7
-พนักงานบริษัทเอกชน	79	26.3
2. อาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำ	148	49.3
-ประกอบธุรกิจส่วนตัว	82	27.3
-นักเรียน/นักศึกษา	57	19

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกำหนดตามอาชีพ (ต่อ)

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
-ไม่ประกอบอาชีพ/กำลังหางาน	4	1.3
-อื่นๆ	5	1.7
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.5 ระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวกุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 35.5 มัธยมศึกษาจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และปริญญาโท 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกำหนดตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช.	40	13.3
อนุปริญญา/ปวส.	107	35.5
ปริญญาตรี	131	43.5
ปริญญาโท	23	7.7
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวกุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ มีรายได้อยู่ในช่วงไม่เกิน 5,000 บาท 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 และร้อยละ 9 ตามลำดับโดยมีรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยสุด เท่ากับ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกำหนดตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	61	20.3
5,001-10,000 บาท	164	54.7
10,001-20,000 บาท	45	15
20,001-30,000 บาท	27	9
30,001-40,000 บาท	3	1
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.1.7 ภูมิลำเนา

นักท่องเที่ยวก่อกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพิจิตร มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และภาคกลางจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันตกเท่ากันคือจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและกรุงเทพ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ภาคใต้ มีจำนวนน้อยที่สุด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกำหนดตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จังหวัดพิจิตร	156	52
ภาคเหนือ	59	19.7
ภาคกลาง	51	17
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7	2.3
ภาคตะวันออก	9	3
ภาคตะวันตก	9	3
ภาคใต้	2	0.7
กรุงเทพ	7	2.3
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ นั้นประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบึงสีไฟที่ชื่นชอบ กิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ วันเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ และรายจ่ายในการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว โดยมีผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตรแล้ว จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 โดยเคยมาท่องเที่ยวแล้วอยู่ในช่วง 1-9 ครั้ง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 44 เคยมาแล้ว 10-19 ครั้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13 เคยมา 20-29 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 เคยมามากกว่า 29 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และไม่เคยมาท่องเที่ยวเลยมีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาท่องเที่ยวครั้งแรก	118	39.3
เคย	182	60.7
1-9	(132)	(44)
10-19	(39)	(13)
20-29	(10)	(3.3)
มากกว่า 29	(1)	(0.4)
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบึงสีไฟ

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์คือ เที่ยว/พักผ่อน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ มีวัตถุประสงค์คือ สร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว/กลุ่มเพื่อน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ประชุมสัมมนา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และกรณีอื่นๆเช่น การมาเยี่ยมชมญาติ เป็นทางผ่านในการเดินทาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาศึกษาดูงานน้อยที่สุดคือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวบึงสีไฟ

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยว/พักผ่อน	181	60.3
สร้างความสัมพันธ์ของครอบครัว/กลุ่มเพื่อน	84	28
ประชุมสัมมนา	24	8
ศึกษาดูงาน	3	1
อื่นๆ	8	2.7
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

การเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีการเดินทางมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 33 เดินทางมาคนเดียว 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และเดินทางมากับหัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงานจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 โดยมีการเดินทางมากับสถาบันการศึกษาและบริษัทนำเที่ยวจำนวนเท่ากัน คือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	48	16
ครอบครัว	99	33
เพื่อน	126	42
สถาบันการศึกษา	5	1.7
บริษัทนำเที่ยว	5	1.7
หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน	17	5.7
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.4 พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

พาหนะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ การใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ส่วนรถรับจ้างนั้น มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รถจักรยาน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยมีการเดินทางโดยการเดินน้อยที่สุด คือจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2 อาจเป็นเพราะมีที่พักอยู่ใกล้หรือติดกับบึงสีไฟ ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว

พาหนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	161	53.7
รถจักรยานยนต์	98	32.7
รถจักรยาน	10	3.3
เดิน	6	2
รถรับจ้าง	25	8.3
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.5 สถานที่ท่องเที่ยวภายในบริเวณบึงสีไฟที่ชื่นชอบ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ บ่อจระเข้ โดยมีความถี่มากที่สุดคือ 185 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ สวนสิริกิติ์ หาดทรายเทียม มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 อันดับสามคือ สถานแสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55 ส่วนบริเวณศาลาให้อาหารปลาและสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ มีจำนวน 130 และ 63 คน เป็นอันดับ 4 กับ 5 ตามลำดับ โดยสวนบัวมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบน้อยที่สุดคือจำนวน 35 คน เป็นอันดับสุดท้าย ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในบริเวณบึงสีไฟที่ชื่นชอบ

สถานที่ท่องเที่ยวภายในบริเวณบึงสีไฟ	คะแนน	ร้อยละ	อันดับ
สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์	63	21	5
บ่อจระเข้	185	61.7	1
สวนสิริกิติ์ หาดทรายเทียม	184	61.3	2
สวนบัว	35	11.7	6
สถานแสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ	165	55	3
บริเวณศาลาให้อาหารปลา	130	43.3	4

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ตอบได้หลายข้อ

จำนวนร้อยละเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

4.2.6 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยชื่นชอบมากที่สุด

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบมากที่สุดคือ กิจกรรมให้อาหารจระเข้ มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ กิจกรรมการเดินเล่นพักผ่อนหย่อนใจ บริเวณสวนสิริกิติ์และหาดทรายเทียม จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ส่วนกิจกรรมให้อาหารปลาบริเวณศาลากลางน้ำและการเยี่ยมชมดูพันธุ์ปลาในศูนย์แสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ (ศาลา 9 เหลี่ยม) มีจำนวน 47 และ 41 คิดเป็นร้อยละ 16 กับร้อยละ 14 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุด

กิจกรรมในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรมให้อาหารปลาบริเวณศาลากลางน้ำ	47	16
กิจกรรมให้อาหารจระเข้	127	42
การเดินเล่นพักผ่อนหย่อนใจ บริเวณสวนสิริกิติ์และหาดทรายเทียม	73	24
การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ปลาในศูนย์แสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ (ศาลา 9 เหลี่ยม)	41	14
การถ่ายรูปภาพภายในบริเวณบึงสีไฟ	12	4
รวม	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.7 วันเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

วันเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร คือวัน เสาร์-อาทิตย์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48 คน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลในวัน เสาร์-อาทิตย์ มากกว่าวันอื่นๆ รองลงมาคือ วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกมาท่องเที่ยวบึงสีไฟในวันที่มีกิจกรรมภายในบึงสีไฟ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวันเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ

วันเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	97	32
เสาร์-อาทิตย์	144	48
วันหยุดนักขัตฤกษ์	39	13
วันที่มีกิจกรรมภายในบึงสีไฟ	20	7
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการเที่ยวชมน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ ใช้เวลาตั้งแต่ 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และใช้เวลาในการท่องเที่ยวบึงสีไฟมากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	142	47
ตั้งแต่ 1 ชั่วโมง ถึง 2 ชั่วโมง	136	45
มากกว่า 2 ชั่วโมง	22	8
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.9 สถานที่พักผ่อน

การมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตรของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้เป็นการไปแล้วกลับไม่พักค้างแรม 186 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และพักค้างแรมจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38 โดยมีการพักแรกที่บ้านญาติมากที่สุดคือ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาเลือกพักโรงแรมจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ส่วนบ้านพัก/รีสอร์ทและบ้านเพื่อน มีจำนวน 27 และ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9 กับ 4.7 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่พักแรม	186	62
พักแรม	114	38
- โรงแรม	33	11
- บ้านญาติ	40	13.3
- บ้านเพื่อน	14	4.7
- บ้านพัก/รีสอร์ท	27	9
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.10 การรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยวของบึงสีไฟ จากการบอกของบุคคลในครอบครัวที่มีความถี่มากที่สุดจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ การบอกเล่าปากต่อปาก จำนวน 164 คน อันดับสามคือ รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน จำนวน 131 คน อันดับที่ 4 คือ การหาได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 69 คน และอันดับที่ 5 อันดับที่ 6 ได้แก่ การรับข้อมูลจากแผ่นพับกับประชาสัมพันธ์จากป้ายประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 24 และ 19 คน ตามลำดับ ส่วนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ พบว่า ไม่มีประชากรกลุ่มตัวอย่างเลือก อาจเนื่องจากผู้วิจัยได้ใส่การประชาสัมพันธ์ที่ทางสถานที่ท่องเที่ยวไม่ได้จัดทำขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว บึงสีไฟ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ	อันดับ
หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์	0	0	7
ป้ายประชาสัมพันธ์	19	6.3	6
แผ่นพับ	24	8	5
เพื่อน	131	43.7	3
บุคคลในครอบครัว	171	57	1
อินเทอร์เน็ต	69	23	4
การบอกเล่าปากต่อปาก	164	54.7	2
อื่นๆ	0	0	7

ที่มา: จากการศึกษา

หมายเหตุ เลือกได้หลายข้อ

จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

4.2.11 พฤติกรรมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นมีค่าน้อยที่สุดคือ 20 บาทต่อคน นั่นอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีภูมิลำเนาอยู่บริเวณเดียวสถานที่ท่องเที่ยวจึงเสียค่าใช้จ่ายน้อยในการเดินทาง และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากที่สุดเท่ากับ 5,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 477.22 บาท

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากับบริษัทนำทัวร์นั้นมีค่าน้อยที่สุดคือ 500 บาทต่อคน และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากับบริษัทนำทัวร์มากที่สุดคือ 1,000 บาท และมีค่าเฉลี่ยต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 700 บาท

ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดคือ 30 บาทต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อของฝากของกลุ่มตัวอย่างมีค่ามากที่สุดคือ 400 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างคือ 80.56 บาท

ค่าใช้จ่ายด้านอาหารนั้นมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดคือ 20 บาทต่อคนนั่นอาจเป็นเพราะเป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงชื่นชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ส่วนค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 600 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายอยู่ที่ 100.75 บาท

และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 580.95 บาทต่อครั้ง ดังตารางที่4.18

ตารางที่4.18 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายด้าน	Min(บาท)	Max(บาท)	Mean(บาท)
ค่าเดินทางไปกลับ	20	5,000	477.22
ค่าบริการนำเที่ยว	500	1,000	700
ค่าของที่ระลึก	30	400	80.56
ค่าอาหารเครื่องดื่ม	20	600	139.93
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 580.95 บาท/ครั้ง/คน			

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.12 ค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้อยู่ในช่วงน้อยกว่า 200 บาทมากที่สุด คือจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 2,001- 500 บาท มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ส่วนผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในช่วง 501-1,000 บาทและมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาท มีจำนวน 57 และ 42 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 19 และ 14 ตามลำดับ ดังตาราง4.19

ตารางที่4.19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 200	130	43.3
201-500	71	23.7
501-1000	57	19.0
มากกว่า 1,000	42	14
รวม	300	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในที่นี้แบ่งเป็นปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว โดยผลการศึกษา มีดังนี้

4.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบึงสีไฟมีบรรยากาศที่ดีและมีความสวยงามมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 รวมถึงบึงสีไฟมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่หลากหลายและกิจกรรมที่บึงสีไฟจัดขึ้นมีความน่าสนใจมีผลมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ 3.05 ตามลำดับ ส่วนการมาท่องเที่ยวเพราะได้ยินชื่อเสียงของบึงสีไฟและการดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.91 และ 2.69 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล		
ชื่อเสียงของบึงสีไฟ	55 (18.3)	169 (56.3)	69 (23)	7 (2.3)	2.91	ปานกลาง
บึงสีไฟมีบรรยากาศที่ดีมีความสวยงาม	120 (40)	148 (49.3)	10.7 (32)	0 (0.0)	3.29	มาก
บึงสีไฟมีสถานที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่หลากหลาย	88 (29.3)	178 (59.3)	34 (11.3)	0 (0.0)	3.18	มาก
บึงสีไฟมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	22 (7.3)	171 (57.0)	100 (33.3)	7 (2.3)	2.69	ปานกลาง
กิจกรรมที่บึงสีไฟจัดขึ้นมีความน่าสนใจ	87 (29.0)	142 (47.3)	71 (23.7)	0 (0.0)	3.05	มาก
ค่าเฉลี่ย					3.02	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.2 ปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยว

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการเดินทางมาได้สะดวก/หารถมาง่าย มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ส่วนการมีป้ายสัญลักษณ์หาง่าย และสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในใกล้ที่พักอาศัยนั้นมีระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.94 และ 2.91 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยช่องทางการท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 หมายความว่า ปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ภาพรวมปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

ปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญของปัจจัย				ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล		
การเดินทางมาได้สะดวก/ หารถมาง่าย	58 (19.3)	186 (62.0)	56 (18.7)	0 (0.0)	3.01	มาก
มีป้ายสัญลักษณ์หาง่าย	45 (15)	193 (64.3)	60 (20)	2 (0.7)	2.94	ปานกลาง
อยู่ในใกล้ที่พักอาศัย	62 (20.7)	150 (50)	87 (29)	1 (0.3)	2.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					2.95	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการชักชวนจากบุคคลอื่น ๆ นั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ อยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ส่วนการประชาสัมพันธ์จากสถานที่ท่องเที่ยวและการ

โฆษณาการท่องเที่ยวในนิตยสาร อินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์ แผ่นพับนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 และ 2.61 ตามลำดับ

ภาพรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ภาพรวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับความสำคัญของปัจจัย				ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล		
การชักชวนจากบุคคลอื่นๆ ส่งผลให้เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้	119 (39.7)	152 (50.7)	28 (9.3)	1 (0.3)	3.30	มาก
การประชาสัมพันธ์จากสถานที่ ท่องเที่ยวส่งผลให้ท่าน เดินทาง มาท่องเที่ยวครั้งนี้	30 (10.0)	172 (57.3)	96 (32.0)	2 (0.7)	2.77	ปานกลาง
การโฆษณาการท่องเที่ยวใน นิตยสาร อินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ	14 (4.7)	156 (52.0)	130 (43.4)	0 (0.0)	2.61	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					2.89	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.4 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบึงสีไฟมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ส่วนบึงสีไฟมีขนาดของสถานที่กว้างขวาง บริเวณบึงสีไฟมีเส้นทางเดินทางได้สะดวกและบริการห้องน้ำมีความสะอาดและสะดวกนั้น มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวบึงสีไฟอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.99 2.88 และ 2.80 ตามลำดับ

จากการคำนวณคะแนนเฉลี่ยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ภาพรวมปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเดินทาง
มาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญของปัจจัย				ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล		
ขนาดของสถานที่กว้างขวาง	66 (22.0)	168 (56.0)	64 (21.3)	2 (0.7)	2.99	ปานกลาง
บริเวณบึงมีไฟมีเส้นทาง เดินทางได้สะดวก	24 (8.0)	217 (72.3)	59 (19.7)	0 (0.0)	2.88	ปานกลาง
มีที่ให้จอดรถยนต์เพียงพอ	60 (20.0)	191 (63.7)	49 (1.36)	0 (0.0)	3.04	มาก
มีการบริการห้องน้ำที่สะดวกและ สะอาด	28 (9.3)	186 (62.0)	85 (28.3)	1 (0.3)	2.80	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย					2.92	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.3.5 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด 4 ด้าน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.02 อันดับที่ 2 คือปัจจัยช่องทางการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 2.95 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.92 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.89

สรุปโดยภาพรวมของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94 ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร

ปัจจัย	ความคิดเห็น		อันดับ
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.02	มาก	1
ด้านช่องทางการท่องเที่ยว	2.95	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.89	ปานกลาง	4
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว	2.92	ปานกลาง	3
รวม	2.94	ปานกลาง	

ที่มา: จากการศึกษา

4.4 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลบางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ทำให้ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร โดยได้จำแนกตามลักษณะบุคคล 3 ลักษณะ ได้แก่ อายุ ภูมิลำเนาและรายได้ โดยผลการศึกษามีดังนี้

4.4.1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร นักท่องเที่ยวชาวไทย 300 คน โดยจำแนกตามภูมิลำเนาเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี กลุ่มที่2 กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 21-40 ปี กลุ่มที่3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-60 ปี กลุ่มสุดท้ายกลุ่มที่4 คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป โดยมีผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร จำแนกตามอายุได้ผลดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ อยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 2.88 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-60 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.94 อยู่ในระดับปานกลาง

โดยกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 21 ปี มีความเห็นเกี่ยวกับช่องทางการท่องเที่ยวมากที่สุด นั้นอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 21 ปี นั้นมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพิจิตรเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ง่ายต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ ผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.05 และ 3.16 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 41-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด เช่นการประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ดังแสดงในตาราง 4.25

ตารางที่ 4.25 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 21 ปี		21-40 ปี		41-60 ปี		61ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.92	2	3.05	1	2.94	3	3.16	1
ด้านช่องทางการท่องเที่ยว	3.03	1	2.95	2	2.88	4	2.83	4
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.75	4	2.89	4	3.00	1	2.83	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.81	3	2.94	3	2.95	2	2.95	2
รวม	2.88	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร นักท่องเที่ยวชาวไทย 300 คน โดยจำแนกตามรายได้เป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท กลุ่มสุดท้ายกลุ่มที่ 4 คือกลุ่มตัวอย่างที่รายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร จำแนกตามรายได้ผลดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ พบว่า ทุกช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยช่วงรายได้ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 5,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.97 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 15,001-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.93 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 2.92

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับช่องทางการท่องเที่ยวมากที่สุด นั่นอาจเป็นเพราะมีรายได้น้อยจึงต้องการที่จะท่องเที่ยวสถานที่ที่มีเส้นทางเดินทางได้สะดวกและใกล้ที่พัก เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท 15,001-30,000 บาท มีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นั้นมีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 2.99 ตามลำดับ และผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นั้นมีความเห็นต่อด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.08 ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	ไม่เกิน 5,000		50,01-15,000		15,001-30,000		30,000ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.99	2	3.06	1	2.99	1	3.00	2
ด้านช่องทางการท่องเที่ยว	3.01	1	2.93	3	2.95	2	2.77	4
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.84	4	2.92	4	2.87	4	2.89	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.82	3	2.96	2	2.94	3	3.08	1
รวม	2.92	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง

ที่มา: จากการศึกษา

4.4.3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดจำแนกตามภูมิฐานะ

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร นักท่องเที่ยวชาวไทย 300 คน โดยจำแนกตามภูมิฐานะเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดพิจิตร กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีภูมิฐานะอยู่ที่ภาคเหนือ กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีภูมิฐานะอยู่ที่ภาคกลาง และกลุ่มที่ 4 กลุ่มที่มีภูมิฐานะอยู่ที่อื่นๆ ผลการศึกษามีดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดพิจิตร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.94 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิฐานะอยู่ที่ภาคเหนือและภาคกลาง มีความเห็นต่อภาพรวมของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.95 เท่ากัน และผู้ที่มีภูมิฐานะอยู่ในภาคอื่นๆ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.02

โดยผู้ที่มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดพิจิตร ได้มีความเห็นว่าช่องทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.05 นั่นอาจเป็นเพราะการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เป็นเพราะการที่สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ที่พัก ส่วนผู้ที่มีภูมิฐานะอยู่ที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคอื่นๆ มี

ความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น เดินทางมาเพราะการได้ยินชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว การที่สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร จำแนกตามภูมิลำเนา

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว	จังหวัดพิจิตร		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคอื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.94	2	3.07	1	3.12	1	3.17	1
ด้านช่องทางการท่องเที่ยว	3.05	1	2.84	4	2.85	4	2.84	4
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.86	4	2.94	3	2.88	3	3.10	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.92	3	2.95	2	2.93	2	2.96	3
รวม	2.94	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	3.02	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ภูมิลำเนา ทำการทดสอบค่าเฉลี่ยของรายจ่ายทั้งหมดโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance) ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.5.1 เพศ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ พบว่าค่าสถิติทดสอบ F มีค่าเท่ากับ 0.758 ระดับนัยสำคัญ 0.095 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ (F)	ระดับนัยสำคัญ (Sig)
ชาย	586.76	0.095	0.758
หญิง	557.61		

ที่มา: จากการศึกษา

ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5.2 อายุ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ พบว่าค่าสถิติทดสอบ F มีค่าเท่ากับ 5.911 ระดับนัยสำคัญ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นช่วงอายุที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างกัน นั้นหมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ (F)	ระดับนัยสำคัญ (Sig)
น้อยกว่า 21	164.02	5.911	0.001
21-40 ปี	589.32		
41-60 ปี	853.78		
61ปีขึ้นไป	953.33		

ที่มา: จากการศึกษา

ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5.3 รายได้

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ พบว่าค่าสถิติทดสอบ F มีค่าเท่ากับ 1.432 ระดับนัยสำคัญ 0.233 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นช่วงรายได้ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวไม่ต่างกัน นั้นหมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้ไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ (F)	ระดับนัยสำคัญ (Sig)
ไม่เกิน 5,000	443.48	1.432	0.233
5,001-15,000	567.47		
15,001-30,000	702.55		
30,000ขึ้นไป	1136.67		

ที่มา: จากการศึกษา

ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5.4 ภูมิภาค

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค พบว่าค่าสถิติทดสอบ F มีค่าเท่ากับ 192.238 ระดับนัยสำคัญ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นภูมิภาคที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่างกัน นั้นหมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลด้านภูมิภาคมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ (F)	ระดับนัยสำคัญ (Sig)
จังหวัดพิจิตร	151.08	192.238	0.000
ภาคเหนือ	511.53		
ภาคกลาง	803.98		
ภาคอื่นๆ	2252.35		

ที่มา: จากการศึกษา

ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในการมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาดังนี้

4.6.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.04 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อบรรยากาศ ความสวยงามของบึงสีไฟ มีค่าเฉลี่ย 3.31 รองลงมาคือบึงสีไฟมีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.04 ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
บรรยากาศ ความสวยงาม	3.31	มาก	1
บึงสีไฟมีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม	3.04	มาก	2
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ร้านอาหาร จุดพักผ่อน มีเพียงพอและสะดวกต่อการใช้บริการ	2.88	ปานกลาง	4
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	2.92	ปานกลาง	3
กิจกรรมต่างๆที่บึงสีไฟจัดขึ้น	2.87	ปานกลาง	5
รวม	3.04	มาก	

ที่มา: จากการศึกษา

4.6.2 ด้านช่องทางการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 โดยมีความเห็นว่าการมีเส้นทางเดินทางมาได้สะดวกมีค่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.98 รองลงมาคือการที่มีป้ายสัญลักษณ์ป้ายบอกเส้นทางเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.87 และอันดับสุดท้ายคือ การมีรถโดยสารให้บริการสะดวกในการเดินทางนั้นมีความพึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.72 ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ด้านการช่องทางการท่องเที่ยว

ช่องทางการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
มีรถโดยสารให้บริการ สะดวกในการเดินทาง	2.72	ปานกลาง	3
ป้ายสัญลักษณ์ป้ายบอกเส้นทางเข้าใจง่าย	2.87	ปานกลาง	2
มีเส้นทางการเดินทางมาได้สะดวก	2.98	ปานกลาง	1
รวม	2.86	ปานกลาง	

ที่มา: จากการศึกษา

4.6.3 ด้านการส่งเสริมการขาย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.67 โดยมีความพึงพอใจต่อการที่บึงสีไฟมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 และความพึงพอใจต่อการโฆษณาการท่องเที่ยวบึงสีไฟจากนิตยสาร ลิ่งพิมพ์ แผ่นพับ จากอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.65 ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
บึงสีไฟมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง	2.70	ปานกลาง	1
การโฆษณาการท่องเที่ยวบึงสีไฟจากนิตยสาร ลิ่งพิมพ์ แผ่นพับ จากอินเทอร์เน็ต	2.65	ปานกลาง	2
รวม	2.67	ปานกลาง	

ที่มา: จากการศึกษา

4.6.4 ด้านทางกายภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.06 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดกับขนาดของสถานที่กว้างขวางและมีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาคือความสะดวกของสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.06 อันดับที่ 3 คือภายในบริเวณบึงสีไฟมีเส้นทางเดินที่ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.03 ส่วนอันดับ 4 คือมีที่จอดรถยนต์เพียงพอและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.00 และอันดับที่ 5 คือห้องน้ำมีเพียงพอ สะอาดและสะดวกต่อการใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ดังแสดงในตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ขนาดของสถานที่กว้างขวางและมีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน	3.26	มาก	1
มีที่ให้จอดรถยนต์เพียงพอ และเหมาะสม	3.00	มาก	4
ภายในบริเวณบึงสีไฟมีเส้นทางเดินที่ได้สะดวก	3.03	มาก	3
ความสะดวกของสถานที่	3.06	มาก	2
ห้องน้ำมีเพียงพอ สะอาดและสะดวกต่อการใช้บริการ	2.95	ปานกลาง	5
รวม	3.06	มาก	

ที่มา: จากการศึกษา

4.6.5 ภาพรวมระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจทั้งหมด 4 ด้าน พบว่าปัจจัยที่ผลความพึงพอใจมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างอันดับที่ 1 คือด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.06 อันดับที่ 2 คือด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.04 อันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.86 ส่วนด้านการส่งเสริมการขายมีระดับความพึงพอใจอยู่ในอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 2.67

สรุปโดยภาพรวมของความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.91 ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ภาพรวมระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ความคิดเห็น		อันดับ
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.04	มาก	2
ด้านช่องทางการท่องเที่ยว	2.86	ปานกลาง	3
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.67	ปานกลาง	4
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว	3.06	มาก	1
รวม	2.91	ปานกลาง	

ที่มา: จากการศึกษา