

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ และอายุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	174	43.50
หญิง	226	56.50
รวม	400	100
อายุ		
10 - 20 ปี	106	26.50
21 - 30 ปี	97	24.30
31 - 40 ปี	70	17.50
41 - 50 ปี	73	18.30
51 - 60 ปี	49	12.30
60 ปี ขึ้นไป	5	1.30
รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<u>สถานภาพ</u>		
โสด	215	53.80
สมรส	158	39.50
หย่า/แยกกันอยู่/ม่าย	27	6.80
รวม	400	100
<u>การศึกษา</u>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	71	17.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช.	162	40.50
อนุปริญญา, ปวส.	59	14.80
ปริญญาตรี	100	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.00
รวม	400	100
<u>อาชีพ</u>		
นักเรียน/นักศึกษา	146	36.50
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	79	19.80
พนักงานเอกชน	93	23.30
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.50
รวม	400	100
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	246	61.50
10,000 – 20,000 บาท	119	29.80
มากกว่า 20,000 บาท	35	8.80
รวม	400	100
<u>ภูมิลำเนา</u>		
จังหวัดเชียงใหม่	208	52.00
อื่น ๆ	192	48.00
รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<u>จำนวนครั้งในการมา</u>		
<u>ท้องเที่ยว</u>		
ไม่เคยมา	78	19.50
มา 1-3 ครั้ง	72	18.00
มา 4-6 ครั้ง	75	18.75
มา 7-9 ครั้ง	129	32.25
มา 10 ครั้งขึ้นไป	46	11.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.50 และเป็นเพศชายร้อยละ 43.50 อายุส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10-20 ปี ร้อยละ 26.50 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ร้อยละ 53.80 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย , ปวช ร้อยละ 40.50 อาชีพ นักเรียน, นักศึกษา ร้อยละ 36.50 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 61.50 สำหรับภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มิดินที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 52.00 และประสบการณ์ในการมาท้องเที่ยว ณ อุทยานหลวงราชพฤกษ์นั้น มาถึง 7 - 9 ครั้ง ร้อยละ 32.25

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์
โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมา
ท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) อุทยานฯ เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	141 (35.30)	200 (50.00)	49 (12.30)	9 (2.00)	1 (0.30)	4.17 (มาก)
2) อุทยานฯ มีสวน นานาชาติ ที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	142 (35.50)	179 (44.80)	71 (17.80)	7 (1.80)	1 (0.30)	4.13 (มาก)
3) อุทยานฯ มีเรือน ไทย 4 ภาค ที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่ น่าสนใจ	120 (30.00)	194 (48.50)	75 (18.80)	10 (2.50)	1 (0.30)	4.05 (มาก)
4) จากอุทยานฯ มีความ รื่นรมย์ทางธรรมชาติ	123 (30.80)	165 (41.30)	86 (21.50)	20 (5.00)	6 (1.50)	3.95 (มาก)
5) อุทยานฯ มีสินค้า และของที่ระลึก จำหน่าย	85 (21.30)	144 (36.00)	123 (30.80)	45 (11.30)	3 (0.80)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.99 (มาก)

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ในปัจจัยรายย่อยอุทยานหลวงราชพฤกษ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.17)
อุทยานหลวงราชพฤกษ์มีสวนนานาชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และอุทยาน

หลวงราชพฤกษ์มีเรือนไทย 4 ภาค ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) ราคาของรถบริการรถราง และบริการรถกอล์ฟในอุทยานฯ มีความเหมาะสม	83 (20.80)	159 (39.80)	108 (27.00)	40 (10.00)	10 (2.50)	3.66 (มาก)
2) ราคาของค่าบัตรเข้าอุทยานฯ มีความเหมาะสม	66 (16.50)	181 (45.30)	107 (26.80)	35 (8.80)	11 (2.80)	3.64 (มาก)
3) ราคาของฝากของที่ระลึกในอุทยานฯ มีความเหมาะสม	61 (15.30)	156 (39.00)	125 (31.30)	40 (10.00)	18 (4.50)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.60 (มาก)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ในปัจจัยรายย่อยราคาของรถบริการรถราง และบริการรถกอล์ฟในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66) ราคาของค่าบัตรเข้าอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64) และราคาของฝากของที่ระลึกในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย สถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) สถานที่ในการ จำหน่ายบัตรหน้า บริเวณงานเข้าชม อุทยานฯ มีจำนวน เพียงพอ	95 (23.80)	168 (42.00)	112 (28.00)	19 (4.80)	6 (1.50)	3.81 (มาก)
2) นักท่องเที่ยว สามารถจองบัตรผ่าน เข้าชมอุทยานฯ ได้ หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์, บริษัททัวร์ ฯลฯ)	82 (20.50)	170 (42.50)	120 (30.00)	23 (5.80)	5 (1.50)	3.75 (มาก)
3) สถานที่หรือช่อง ทางการจำหน่ายบัตรมี ความสะดวกรวดเร็ว	90 (22.50)	155 (38.80)	119 (29.80)	28 (7.00)	8 (2.00)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยรายย่อย สถานที่ในการจำหน่ายบัตรหน้าบริเวณงานเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) นักท่องเที่ยวสามารถจองบัตรผ่านเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ได้หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์ บริษัททัวร์ ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.75) และสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายบัตรมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านการส่งเสริม การขาย	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) การจัดกิจกรรม อื่นๆ ให้นักท่องเที่ยวมี ส่วนร่วม (การ ประกวด การอบรม ฯลฯ)	81 (20.30)	201 (50.30)	84 (21.00)	26 (6.50)	8 (2.00)	3.80 (มาก)
2) มีการจัดโปรแกรม การท่องเที่ยวใน อุทยานฯ ในราคาพิเศษ	79 (19.80)	154 (38.50)	123 (30.80)	33 (8.30)	11 (2.80)	3.64 (มาก)
3) อุทยานฯ มีการจัด แสดง กิจกรรม ท่องเที่ยวอยู่เสมอ (กิจกรรม เช่น การ แสดงดนตรีในสวน (Music in the Garden)	73 (18.30)	168 (42.00)	106 (26.50)	45 (11.30)	8 (2.00)	3.63 (มาก)
4) การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายซื้อตั๋ว เข้าชมเป็นหมู่คณะ หรือรายปี	71 (17.80)	172 (43.00)	112 (28.00)	33 (8.30)	12 (3.00)	3.64 (มาก)
5) มีการโฆษณา แนะนำอุทยานฯ ผ่าน ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เอกสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ ป้ายโฆษณา ที่น่าสนใจ	70 (17.50)	173 (43.30)	102 (25.50)	37 (9.30)	18 (4.50)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.66 (มาก)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ในปัจจัยรายย่อยการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (การประกวด การอบรม ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายซื้อตั๋วเข้าชมเป็นหมู่คณะหรือรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) บุคลากรที่ให้บริการ ในอุทยานฯ มีความ เป็นมิตรและสุภาพใน การให้บริการ	105 (26.30)	183 (45.80)	82 (20.50)	26 (1.50)	4 (1.00)	3.89 (มาก)
2) พนักงานบริการขับ รถมีความชำนาญ และมีความระมัดระวัง ในการขับขี่	101 (25.30)	186 (46.50)	89 (22.30)	19 (4.80)	5 (1.30)	3.89 (มาก)
3) บุคลากรที่ ให้บริการตามจุดต่างๆ ของอุทยานฯ มีความรู้ ความสามารถในการ ถ่ายทอดให้ความรู้ ให้แก่นักท่องเที่ยว	87 (21.80)	199 (49.80)	92 (23.00)	18 (4.50)	4 (1.00)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.88 (มาก)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ในปัจจัยรายย่อยบุคลากรที่ให้บริการในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ความเป็นมิตรและสุภาพในการให้บริการ พนักงานบริการขับรถรางมีความชำนาญ และมีความระมัดระวังในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และบุคลากรที่ให้บริการตามจุดต่าง ๆ ของอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความรู้ ความสามารถในการถ่ายทอดให้ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านการจัดการ ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	รวม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ พิเศษช่วงเทศกาล	400 (100)	114 (28.50)	186 (46.50)	73 (18.30)	24 (6.00)	3 (0.80)	3.96 (มาก)
2) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ มีความน่าสนใจ	400 (100)	93 (23.30)	189 (47.30)	93 (23.30)	22 (5.50)	3 (0.80)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							3.91 (มาก)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ในปัจจัยรายย่อยโปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ พิเศษช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.96) และโปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) ในการไปเที่ยวชม อุทยานฯ นักท่องเที่ยว จะได้รับการบริการที่มี ความรวดเร็วในการ ให้บริการ	85 (21.30)	197 (49.30)	94 (23.50)	4 (5.30)	3 (0.80)	3.85 (มาก)
2) มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การ บรรยาย นิทรรศการ	84 (21.00)	177 (44.30)	105 (26.30)	31 (7.80)	3 (0.80)	3.77 (มาก)
3) ในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่และ พนักงานในอุทยานฯ มี ความสามารถและมี ประสิทธิภาพในการ ป้องกันดูแลความ ปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว	76 (19.00)	179 (44.80)	119 (29.80)	21 (5.30)	5 (1.30)	3.75 (มาก)
4) มีสถานที่พักผ่อนไว้ คอยบริการให้แก่ นักท่องเที่ยวในบริเวณ ใกล้เคียง	66 (16.50)	169 (42.30)	121 (30.30)	38 (9.50)	6 (1.30)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.74 (มาก)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ในปัจจัยรายย่อยในการไปเที่ยวชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการป้องกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับมาก

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มี
ผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ด้านหุ้นส่วน หรือ พันธมิตรทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)
	รวม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1) ได้รับการสนับสนุน จัดรถประจำทางบริการ ให้นักท่องเที่ยวมายัง อุทยานฯ โดยไม่เสีย ค่าบริการ	400 (100)	83 (20.80)	173 (43.30)	103 (25.8)	30 (7.50)	11 (2.80)	3.71 (มาก)
2) ได้รับการ สนับสนุนจากทางภาค ธุรกิจให้ความร่วมมือ ในการรองรับให้ บริการที่พัก ร้านอาหาร แก่นักท่องเที่ยว	400 (100)	68 (17.00)	178 (44.50)	116 (29.00)	31 (7.80)	7 (1.80)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							3.69 (มาก)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ในปัจจัยรายย่อยได้รับการสนับสนุน จักรดประจำทางบริการให้มีการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวมายังอุทยานหลวงราชพฤกษ์โดยไม่เสียค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐกิจให้ความร่วมมือในการรองรับให้ บริการ ที่พัก ร้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว(ค่าเฉลี่ย 3.64) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับ มาก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำแนก ตามเพศ และอายุ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำแนก ตามเพศ

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เพศ		
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) อุทยานฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.22 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.18 (มาก)
2) อุทยานฯ มีเรือนไทย 4 ภาค ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)
3) อุทยานฯ มีสวนนานาชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)
4) จากอุทยานฯ มีความรื่นรมย์ทางธรรมชาติ	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
5) อุทยานฯ มีสินค้าและของที่ระลึกจำหน่าย	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคืออุทยานหลวงราชพฤกษ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.22 และ 4.14) รองลงมาคือ อุทยานฯ มีสวนนานาชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.14 และ 4.12) และอุทยานฯ มีเรือนไทย 4 ภาค ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4.07)

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) ราคาของค่าบริการเข้าอุทยานฯ มีความเหมาะสม	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)
2) ราคาของรถบริการรถราง และบริการรถกอล์ฟในอุทยานฯ มีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
3) ราคาของฝากของที่ระลึกในอุทยานฯ มีความเหมาะสม	3.47 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ในปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ราคาของรถบริการรถราง และบริการรถกอล์ฟในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.64)

รองลงมาคือ ราคาของค่าบัตรเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.62) และราคาของฝากของที่ระลึกในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.53)

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) สถานที่ในการจำหน่ายบัตรหน้าบริเวณงานเข้าชมอุทยานฯ มีจำนวนเพียงพอ	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)
2) นักท่องเที่ยวสามารถจองบัตรผ่านเข้าชมอุทยานฯ ได้หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์, บริษัททัวร์ ฯลฯ)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)
3) สถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายบัตรมีความสะดวกรวดเร็ว	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ในปัจจัยปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ สถานที่ในการจำหน่ายบัตรหน้าบริเวณงานเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85 และ 3.79) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวสามารถจองบัตรผ่านเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ได้หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์, บริษัททัวร์ ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.74 และ 3.76) และสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายบัตรมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) มีการโฆษณาแนะนำอุทยานฯ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เอกสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ ป้ายโฆษณาที่น่าสนใจ	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)
2) มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ ในราคาพิเศษ	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)
3) อุทยานฯ มีการจัดแสดง กิจกรรมท่องเที่ยวอยู่เสมอ (กิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีในสวน (Music in the Garden)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)
4) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายซื้อตั๋วเข้าชมเป็นหมู่คณะหรือรายปี	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)
5) การจัดกิจกรรมอื่นๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (การประกวด การอบรม ฯลฯ)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.62 และ 3.65) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายซื้อตั๋วเข้าชมเป็นหมู่คณะหรือรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.64 และ 3.63) และอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีการจัดแสดง กิจกรรมท่องเที่ยวอยู่เสมอ (กิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีในสวน (Music in the Garden) (ค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.65)

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยาน
หลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) บุคลากรที่ให้บริการในอุทยานฯ มีความเป็นมิตรและสุภาพในการให้บริการ	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)
2) บุคลากรที่ให้บริการตามจุดต่างๆ ของอุทยานฯ มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดให้ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)
3) พนักงานบริการขับรถรางมีความชำนาญ และมีความระมัดระวังในการขับขี่	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ บุคลากรที่ให้บริการในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเป็นมิตรและสุภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94 และ 3.86) พนักงานบริการขับรถรางมีความชำนาญ และมีความระมัดระวังในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.86) และบุคลากรที่ให้บริการตามจุดต่างๆ ของอุทยานฯ มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดให้ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.81)

ตารางที่ 4.15 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว (Programming)	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ พิเศษช่วงเทศกาล	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)
2) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ มีความน่าสนใจ	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ในปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว (Programming) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ พิเศษช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.97 และ 3.95) และโปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.85)

ตารางที่ 4.16 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) ในการไปเที่ยวชมอุทยานฯ นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)
2) ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานในอุทยานฯ มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการป้องกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
3) มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย นิทรรศการ	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)
4) มีสถานที่พักผ่อนไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ในการไปเที่ยวชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.82) รองลงมา คือ มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.80 และ 3.74) และในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการป้องกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.74 และ 3.75)

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=174)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=226)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) ได้รับการสนับสนุนจัดรถประจำทางบริการให้มีการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวมายังอุทยานหลวงราชพฤกษ์โดยไม่เสียค่าบริการ	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)
2) ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐกิจให้ความร่วมมือในการรองรับให้บริการที่พัก ร้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว	3.61 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ในปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ได้รับการสนับสนุนจัดรถประจำทางบริการให้มีการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวมายังอุทยานหลวงราชพฤกษ์โดยไม่เสียค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.74) และได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐกิจให้ความร่วมมือในการรองรับให้บริการที่พัก ร้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.61 และ 3.71)

3.2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมา
ท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	อายุ						
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)
1) อุทยานฯ เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	4.32 (มาก ที่สุด)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.30 (มาก ที่สุด)
2) อุทยานฯ มีเรือนไทย 4 ภาค ที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	4.40 (มาก ที่สุด)	4.11 (มาก)
3) อุทยานฯ มีสวน นานาชาติ ที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.10 (มาก)	4.26 (มาก ที่สุด)	4.11 (มาก)	3.91 (มาก)	4.24 (มาก ที่สุด)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.20 (มาก)
4) จากอุทยานฯ มีความ รื่นรมย์ทางธรรมชาติ	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)	3.72 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	3.98 (มาก)
5) อุทยานฯ มีสินค้าและ ของที่ระลึกจำหน่าย	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	3.44 (มาก)	3.46 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	4.09 (มาก)	4.40 (มาก ที่สุด)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ
คิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ อุทยานหลวง

ราชพฤกษ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.20, 4.16, 4.14, 4.02, 4.32 และ 5.00) รองลงมา คือ มีความคิดเห็นมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ในระดับมาก คือ อุทยานหลวงราชพฤกษ์มีสวนนานาชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.26, 4.11, 3.91, 4.24 และ 4.60) และ อุทยานหลวงราชพฤกษ์มีเรือนไทย 4 ภาค ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.02, 4.08, 3.90, 4.18 และ 4.40)

ตารางที่ 4.19 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) ราคาของค่าบัตร เข้าอุทยานฯ มี ความเหมาะสม	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.45 (มาก)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)
2) ราคาของรถ บริการรถราง และ บริการรถกอล์ฟใน อุทยานฯ มีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)	3.47 (มาก)	3.73 (มาก)	4.20 (มาก)	3.73 (มาก)
3) ราคาของฝาก ของที่ระลึกใน อุทยานฯ มีความ เหมาะสม	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.34 (มาก)	4.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.46 (มาก)	3.42 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ในปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ ราคาของฝากของที่ระลึกในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.52, 3.27, 3.34, 3.69 และ 4.00) รองลงมาคือ ราคาของรถบริการรถราง และบริการรถอู่ในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67, 3.80, 3.54, 3.47, 4.73 และ 4.20) และราคาของค่าบัตรเข้าอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77, 3.70, 3.58, 3.45, 4.55 และ 4.00)

ตารางที่ 4.20 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ						รวม
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	
1) สถานที่ในการจำหน่ายบัตรหน้าบริเวณงานเข้าชมอุทยานมีจำนวนเพียงพอ	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)
2) นักท่องเที่ยวสามารถจองบัตรผ่านเข้าชมอุทยานฯ ได้หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์, บริษัททัวร์ ฯลฯ)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	4.20 (มาก)	3.80 (มาก)
3) สถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายบัตรมีความสะดวกรวดเร็ว	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)	4.20 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ สถานที่ในการจำหน่ายบัตรหน้าบริเวณงานเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.88, 3.61, 3.61, 3.77 และ 4.20) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวสามารถจองบัตรผ่านเข้าชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ได้หลากหลายช่องทาง เช่น (ทางเว็บไซต์, บริษัททัวร์ ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.88, 3.61, 3.61, 4.77 และ 4.20) และสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายบัตรมีความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.83, 3.52, 3.60, 4.81 และ 4.20)

ตารางที่ 4.21 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	อายุ						รวม
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	
1) มีการโฆษณาแนะนำอุทยานฯ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เอกสาร แผ่นพับ โปรচার์ ป้ายโฆษณาที่น่าสนใจ	3.47 (มาก)	3.58 (มาก)	3.40 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)
2) มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ ในราคาพิเศษ	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.47 (มาก)	3.56 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	3.72 (มาก)
3) อุทยานฯ มีการจัดแสดง กิจกรรมท่องเที่ยวอยู่เสมอ (กิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีในสวน (Music in the Garden))	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	4.20 (มาก)	3.72 (มาก)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

4) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายซื้อตั๋วเข้าชมเป็นหมู่คณะหรือรายปี	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)
5) การจัดกิจกรรมอื่นๆให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (การประกวด การอบรม ฯลฯ)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ มีการโฆษณาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เอกสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ ป้ายโฆษณา ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.47, 3.58, 3.40, 3.76, 3.83 และ 4.60) การจัดกิจกรรมอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (การประกวด การอบรม ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.74, 3.75, 3.72, 3.97 และ 3.60) รองลงมาคือ มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ ในราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.70, 3.56, 3.47, 3.56, 4.97 และ 4.06) และอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีการจัดแสดงกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่เสมอ (กิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีในสวน (Music in the Garden) (ค่าเฉลี่ย 3.61, 3.63, 3.52, 3.64, 3.73 และ 4.20)

ตารางที่ 4.22 จำนวน และร้อยละของ ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมา
ท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน บุคลากร	อายุ						
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)
1) บุคลากรที่ ให้บริการในอุทยาน ฯมีความเป็นมิตรและ สุภาพในการ ให้บริการ	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)
2) บุคลากรที่ ให้บริการตามจุด ต่างๆ ของอุทยานฯมี ความรู้ ความสามารถ ในการถ่ายทอดให้ ความรู้ให้แก่ นักท่องเที่ยว	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	3.95 (มาก)
3) พนักงานบริการ ขับรถรางมีความ ชำนาญ และมีความ ระมัดระวังในการ ขับขี่ย	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ บุคลากรที่ให้บริการ

ในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความเป็นมิตรและสุภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.98, 3.81, 3.69, 4.00 และ 4.80) รองลงมาคือ พนักงานบริการขับรถรางมีความชำนาญ และมีความระมัดระวังในการขับขี่ (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.91, 3.77, 3.82, 3.97 และ 4.40) และบุคลากรที่ให้บริการตามจุดต่าง ๆ ของอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดให้ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.86, 3.78, 3.76, 4.04 และ 4.40)

ตารางที่ 4.23 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว	อายุ						รวม
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	
1) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ พิเศษช่วงเทศกาล	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)
2) โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานฯ มีความน่าสนใจ	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.61 (มาก)	3.87 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	4.03 (มาก)	4.50 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ในปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ โปรแกรมการจัด

กิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ พิเศษช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.92, 3.98, 3.87, 4.20 และ 4.60) และ โปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.93, 3.87, 3.61, 3.87 และ 4.40)

ตารางที่ 4.24 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ						รวม
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	
1) ในการไปเที่ยวชมอุทยานฯ นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	3.95 (มากที่สุด)	4.40 (มากที่สุด)	4.31 (มากที่สุด)
2) ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานในอุทยานฯ มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการป้องกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.92 (มาก)
3) มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย นิทรรศการ	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.74 (มาก)
4) มีสถานที่พักผ่อนไว้คอยบริการให้แก่ นักท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.47 (มาก)	3.55 (มาก)	3.40 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	4.13 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ในปัจจัยกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ ในการไปเที่ยวชมอุทยานหลวงราชพฤกษ์นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92, 3.91, 3.58, 3.79, 3.95 และ 4.4) รองลงมา มีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมากคือ ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานในอุทยานหลวงราชพฤกษ์มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการป้องกันดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83, 3.64, 3.67, 3.68, 3.88 และ 4.60) และมีสถานที่พักผ่อนไว้คอยบริการให้แก่นักท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง (ค่าเฉลี่ย 3.70, 3.70, 3.62, 3.47, 3.55 และ 4.40)

ตารางที่ 4.25 จำนวน และร้อยละ ปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ	อายุ						
	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=106)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=97)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=70)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=73)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=49)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (N=5)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1) ได้รับการสนับสนุนจัด รถประจำทางบริการให้ม ีการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว มายังอุทยานหลวงราช พฤกษ์โดยไม่เสียค่าบริการ	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.97 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	3.83 (มาก)
2) ได้รับการสนับสนุน จากทางภาครัฐกิจให้ ความร่วมมือในการ รองรับให้ บริการที่พัก ร้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)	3.44 (มาก)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.49 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ในปัจจัยด้านหุ่นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก

ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุมีความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ในระดับมาก เป็นอันดับแรก คือ ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลประจำทางบริการให้มีการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวมายังอุทยานหลวงราชพฤกษ์โดยไม่เสียค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75, 3.67, 3.55, 3.65, 3.97 และ 4.40) และได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐกิจให้ความร่วมมือในการรองรับให้ บริการที่พัก ร้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.64, 3.44, 3.61, 3.85 และ 3.60)

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับอุทยานหลวงราชพฤกษ์จำนวน 3 แห่งในหัวข้อเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด(8'ps) ว่าในแต่ละสถานที่ได้มีการใช้กลยุทธ์ในการตลาดอย่างไรในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวของตนเองให้สามารถดำเนินกิจการของตนเองได้ ซึ่งสถานที่แห่งแรกที่ได้เข้าไปสัมภาษณ์ คือ สวนทิวชล ผู้ที่ให้สัมภาษณ์คือ คุณศิระพงษ์ คำวัง ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ท่านได้ให้สัมภาษณ์ โดยจะขอแยกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ(Product) คือ สวนพฤกษศาสตร์ สวนที่ให้ความรู้ และให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้ที่มาเยี่ยมชม มีพิพิธภัณฑ์ มีเรือนโบราณ และยังมี โรงแรม ห้องประชุมห้องอาหาร ไว้คอยบริการให้แก่แขกที่มาพัก
2. ราคา (Price) ในเรื่องของกำหนดราคา จะต้องมีการประชุมร่วมกัน ตกลงกันว่าราคาไหนเหมาะสม และมีการปรับราคาตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
3. ช่องทางหรือการเข้าถึง (Place) ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะติดต่อโดยทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่บริษัททัวร์และบางรายก็จะเป็นแขกที่ Walk-in เข้ามา
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการจัดแบ่งราคา กลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มราชการ ก็จะได้ราคาที่ถูกลง กลุ่มของเด็กนักเรียนนักศึกษา ก็จะเสนอเป็นแบบการสร้างกิจกรรมภายในสวนทิวชล กลุ่มลูกค้าที่ Walk-in
5. บุคลากร (People) ที่สวนทิวชล จะเน้นของเรื่องพนักงานมากที่สุดเพราะ มีบริการหลากหลายส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนความต้องการของลูกค้าไม่เหมือนกัน เช่น พนักงานโรงแรม จะต้องคอยดูแลแขกที่มาเข้าพัก และพนักงานอีกส่วนก็จะคอยดูแลในส่วนของตัวเองซึ่งจะมีความหลากหลายกันมากดังนั้น จะเน้นในเรื่องของการบริการของพนักงานเป็นสำคัญ

6. กระบวนการ (Process) เนื่องจากว่า สวนทวิชล เป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีเจ้าของเป็นผู้ดูแลด้วยตนเอง ดังนั้นในเรื่องของการตัดสินใจในการจะทำสิ่งใดๆ จะได้รับความสะดวกรวดเร็วมาก การทำงานก็จะไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนัก

7. โปรแกรม (Program) จะมีการจัดโปรแกรมในช่วงตามเทศกาลต่าง ๆ ของ

8. พันธมิตรทางการค้า (Partnership) จะมีบริษัททัวร์

สถานที่ที่ 2 คือ สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ผู้ที่ให้สัมภาระคือ คุณปณิธิ แสงฉาย ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาธุรกิจ รายละเอียดจะแยกเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) โดยเริ่มแรกเป็นสวนพฤกษศาสตร์ ที่เป็นสถานวิจัยในเรื่องของการพันธุ์พืช โดยไม่คิดค่าเข้าชม แต่ในปัจจุบันมีการเก็บค่าเข้าชม

2. ราคา (Price) จะมีการแบ่งราคาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ราคาคนไทย และราคาชาวต่างชาติ แต่ในเรื่องของราคาจะไม่สูงมากนัก เพราะเป็นสถานที่ที่มุ่งหวังให้ทุกคนเข้ามาเที่ยวได้

3. ช่องทางหรือการเข้าถึง (Place) สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยทางอินเทอร์เน็ต ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) จะมีการทำเป็นราคากลุ่มที่มีราคาพิเศษ เช่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ผู้พิการ ต่าง ๆ

5. บุคลากร (People) ที่จะพบปัญหาในเรื่องของบุคลากร เนื่องจากว่าบุคลากรไม่เพียงพอต่อการต้องการในการทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานจ้างชั่วคราว

6. กระบวนการ (Process) เนื่องจากเป็นหน่วยงานของรัฐบาล ในการทำงานจึงมีความล่าช้า เนื่องจากต้องทำตามกระบวนการของระบบราชการ จึงทำให้การตัดสินใจบางทีไม่ทันเวลาที่

7. โปรแกรม (Program) จะมีการจัดงานตามเทศกาล ตลอดทั้งปี เช่น มีกิจกรรมงานวันแม่แห่งชาติ กิจกรรมวันต้นไม้ ซึ่งจะเน้นมากที่สุดคือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

8. พันธมิตรทางการค้า (Partnership) จะมีการติดต่อกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถานที่ที่ 3 คือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ผู้ที่ให้สัมภาษณ์คือ คุณรัตนา เรือนทราย ตำแหน่งรักษาการณ์ หัวหน้ากลุ่มงานอำนวยความสะดวก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) เป็นสวนสัตว์กลางคืน มีการบริการห้องอาหารยี่ราฟ มีสวนสัตว์เล็ก มีการให้อาหารสัตว์
2. ราคา (Price) ราคาจะมีกำหนด ให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. ช่องทางหรือการเข้าถึง (Place) มีการติดต่อได้กับทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ ทางบริษัททัวร์ ต่างๆ
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการกระตุ้นส่งเสริมการขายโดยการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง เช่น มีการประกวดตั้งชื่อของลูกสัตว์ต่างๆ ที่เป็นสมาชิกใหม่ของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี
5. บุคลากร (People) บุคลากร จะต้องได้รับการอบรมให้ความรู้ต่างๆ เพื่อที่จะสามารถตอบปัญหา และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง และเน้นในเรื่องของการดูแลความสะดวกของนักท่องเที่ยวมากที่สุด
6. กระบวนการ (Process) มีการทำงานเป็นระบบเอกชน ซึ่งจะมีการทำงานเป็นระบบ เพราะมีหลายหน่วยงานในการทำงาน
7. โปรแกรม (Program) จะมีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีโดยที่จะเน้นในเรื่องของความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ โดยเน้นที่จะให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมมากที่สุด
8. พันธมิตรทางการค้า (Partnership) มีความร่วมมือกับหน่วยงานธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์

จากบทความสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง อาจจะกล่าวโดยสรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งได้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมประสมทางการตลาดมาเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเองเพื่อที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวของตนเองสามารถดำเนินกิจการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน และในการจัดการนั้นก็จะขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กรแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถ้าจะอธิบายให้ชัดเจนก็จะสามารถแยกออกเป็น 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายหนึ่งที่จัดการการท่องเที่ยวโดยระบบเอกชน โดยมีแหล่งท่องเที่ยวคือ สวนทิวชล และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ซึ่งมุ่งเน้นถึงกำไรและรายได้เป็นสำคัญ และอีกฝ่ายหนึ่งมีการจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบระบบรัฐบาล คือสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ซึ่งไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเป็นสำคัญ

แต่ทั้งหมดนี้จะต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งเน้นปัจจัยในด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป
แตกต่างกันทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่
ท่องเที่ยววนั้นด้วย

