

ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors affecting the travel behavior towards the upstream forest at Ban Namrat, Kiri
Rat Nikhom District, Surat Thani Province

จ.ต.หญิง มณฑนา เรืองทองเมือง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ความถี่ในการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากกว่า 4 ครั้งต่อปี บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เหตุผลในเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ มากับทัวร์ ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เทศกาล ปัจจัยใดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ คือ บรรยากาศธรรมชาติ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ส่วนระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ABSTRACT

This study aims to investigate and compare factors affecting the travel behavior towards the upstream forest at Ban Nam Rat, Kiri Rat Nihom District, Surat Thani Province. This quantitative research used a questionnaire to collect data via the multi-step sampling from 400 tourists at the upstream forest. The data were statistically analyzed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation. Chi-square was used for the hypothesis test.

The results revealed that most respondents were single females, aged between 20- 30 years old. Most of them were undergraduates and their income was less than 5,000 baht per month. The frequency of traveling to the upstream forest was more than four times per year. People influencing the travel behavior were friends/colleagues. The reason for the forest travel was to travel with a tour agency. The period of traveling was festival holiday. The atmosphere around the forest also affected the travel decision-making process.

Regarding the hypothesis test for product, price, place, promotion, personnel, the creation and presentation physical characteristics, and the process, the opinion on the product was at the highest level. Considering the correlation hypothesis test, gender, age, and marital status were not related to the marketing mix factors towards the travel behavior at the .05 significant level. Education level was also not related to the marketing mix factors towards the travel behavior at the .05 significant level for all six aspects including price, place, promotion, personnel, the creation and presentation physical characteristics, and the process. Marital status was not related to the marketing mix factors towards the travel behavior at the .05 significant level. Occupation was not related to the marketing mix factors towards the travel behavior at the .05 significant level for all six aspects including price, place, promotion, personnel, the creation and presentation physical characteristics, and the process. Estimate income was not related to the marketing mix factors towards the travel behavior at the .05 significant level for all six aspects including price, place, promotion, personnel, the creation and presentation physical characteristics, and the process.

Keyword : Factors affecting the travel behavior towards the upstream forest at Ban Namrat, Kiri Rat Nihom District, Surat Thani Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2561ไม่ว่าจะในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่คนไม่รู้จัก Unseen Thailand หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นมียุทธศาสตร์ที่ท้าทายหลายประการ ทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจโลกและปัจจัยทางธรรมชาติซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อปัจจัยการท่องเที่ยว รวมถึงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ที่รัฐบาลผลักดันให้เกิดความเข้มแข็งจากภายใน โดยทิศทางการทำการตลาดในภาพรวมของปี 2561 การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำเสนอจุดแข็งของประเทศคือ “วิถีไทย” อันเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ อีกทั้ง ยังเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ ดั้งเดิม โดยต่อยอดนำเสนอนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยแต่ลงลึกมากขึ้นเพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก ทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคมและการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้ แนวทางในการนำเสนอ “วิถีไทย” ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจจากท้องถิ่นไทย (Local Experience) ซึ่งมีหลายระดับขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ ที่แตกต่างของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบ

ประสบการณ์ที่ไม่จำกัดเพียงการท่องเที่ยวชุมชน (CBT: Community Based Tourism) แต่หมายรวมถึงทุกพื้นที่ทุกจังหวัด ทุกองค์ประกอบ ที่สร้างประสบการณ์ให้กับการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายของธรรมชาติมาก ๆ เต็มไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทะเลและป่าเขาที่อุดมสมบูรณ์ อาทิเช่น ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตั้งอยู่ที่หมู่ 4 บ้าน น้ำราด ตำบลบ้านท่าเหียบ อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงามมาก โดยมี "ตาน้ำ" เป็นหัวใจหลักของป่าต้นน้ำแห่งนี้ น้ำที่ผุดขึ้นมาจากพื้นดินนั้นไหลลอดใต้ภูเขาผ่านออกมายังจุดที่เรียกว่าตาน้ำ ซึ่งเป็นน้ำที่ใสบริสุทธิ์และชาวบ้านก็เชื่อว่าเป็นบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด มีลักษณะเป็นบ่อน้ำจืดสีฟ้าอมเขียวใสราวกับกระจก ลึกประมาณ 1 เมตร พื้นของบ่อน้ำจะเป็นพื้นทรายตะกอนหินปูน จึงทำให้น้ำไม่ขุ่น มีความใสอยู่ตลอด น้ำที่ผุดขึ้นมาจากใต้ดินก็จะไหลลงไปยังคลองมะละและ ไปสู่น้ำตกน้ำราดธารทอง แล้วจึงไหลไปยังพื้นที่ของหมู่บ้านบ้านน้ำราดและบ้านย่านยาว และเมื่อไม่นานมานี้ทางชุมชนบ้านน้ำราดได้เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเที่ยวชมและสามารถลงเล่นน้ำได้ โดยที่ทางชุมชนได้ทำแนวกันแบ่งบ่อน้ำไว้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ห้ามลงเล่น เพราะเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ชาวบ้านจะนำน้ำส่วนนี้ไปใช้ในการดื่มกินและประกอบพิธีกรรมสำคัญต่าง ๆ และส่วนที่ชุมชนกันขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำได้นอกจากบ่อน้ำที่สามารถให้นักท่องเที่ยวลงเล่นได้แล้ว ก็ยังมีเรือให้นักท่องเที่ยวได้พายเล่นในลำคลองมะละเพื่อชมความสวยงามของป่าที่อุดมสมบูรณ์โดยมีอัตราค่าบริการ 50 บาท/ชั่วโมง สามารถนั่งได้ 3 ท่าน การเข้าไปเที่ยวชมป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด นายสุจิน นาคบำรุง กำนันตำบลบ้านท่าเหียบ กล่าวว่า ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมใด ๆ แต่อยากให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาภูมิลักษณ์และวิถีในการเข้าเยี่ยมชม เพื่อที่ป่าต้นน้ำจะได้ไม่ถูกทำลายและยังสวยงามไปจนชั่วลูกชั่วหลานป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด เปิดให้เข้าเที่ยวชมฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย มีเพียงค่าจอดรถคันละ 20 บาท มีอาหารจำหน่ายบริเวณลาดจอดรถ และห้องน้ำอยู่บริเวณนี้เช่นกัน ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การไปเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด จะอยู่ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน เพราะอากาศจะสดใสและเย็นสบาย ไม่มีฝน ถนนไม่ลื่นและการไปเที่ยวช่วงเช้าจะดีที่สุด การเดินทางจากตัวเมืองสุราษฎร์ธานี ให้ใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 มุ่งหน้ามายังอำเภอคีรีรัฐนิคม ระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตร พอถึงแยกอำเภอคีรีรัฐนิคม ให้เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ตำบลบ้านท่าเหียบมุ่งหน้าไปยังบ้านน้ำราด ระยะทางประมาณ 14 กิโลเมตร พอถึงลานจอดรถของป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด จะต้องเดินเท้าเข้าไปอีกประมาณ 300 เมตรและถึงที่ที่เที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านท่าเหียบ, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการบริหารพัฒนาและปรับปรุงวิธีการให้บริการแก่ประชาชนให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีในระหว่าง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2562

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตร W.G. Cochran (ยูทช ไกยวรรณ์, 2558) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

สมมติฐานในการวิจัย

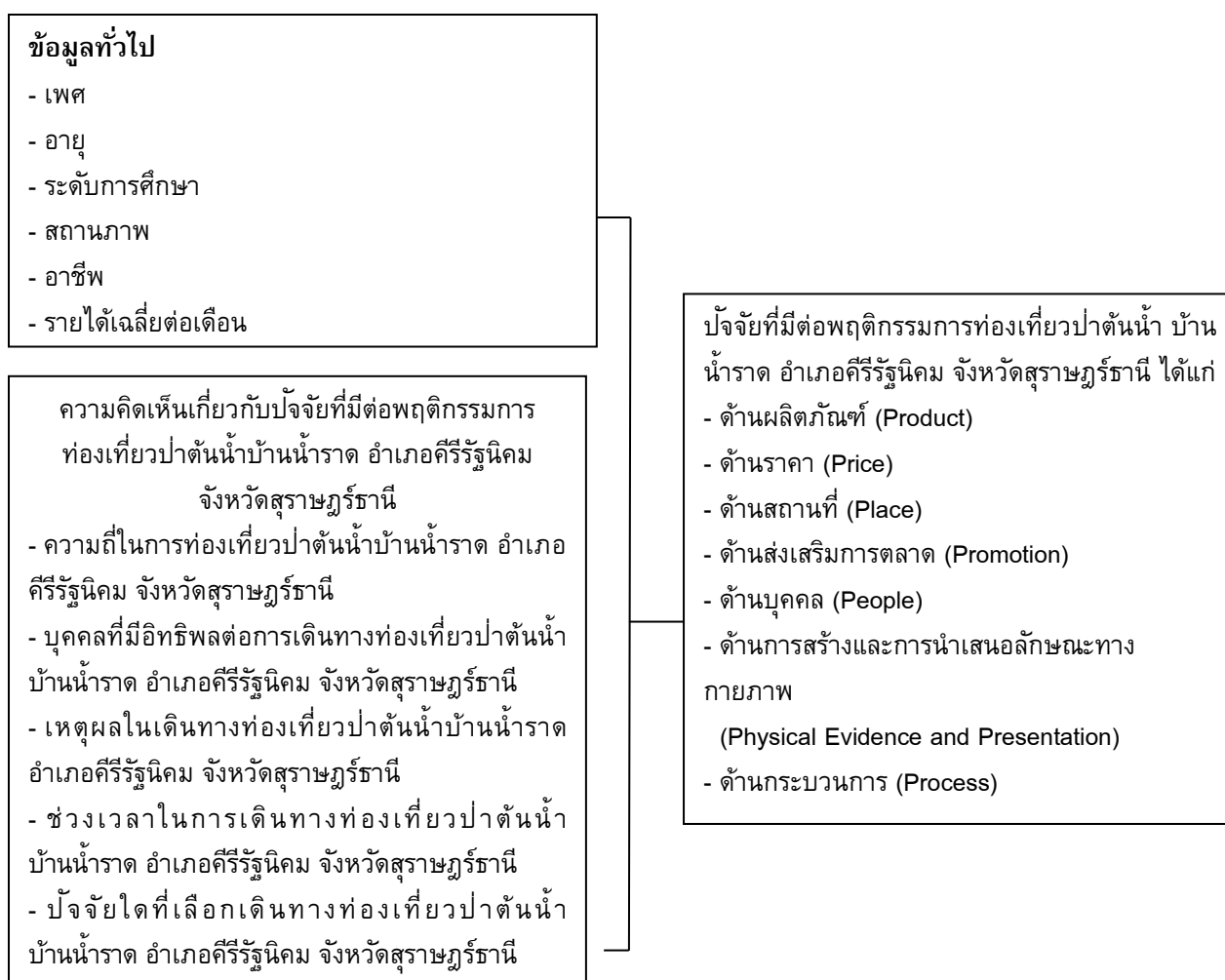
ปัจจัยทั่วไปมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังแผนภาพต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด หมายถึง กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สถานที่ที่จะเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่านั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วจะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) สถานที่ท่องเที่ยวกับคุณภาพ (Price) ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีคุณค่า สูงกว่าราคา นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพราะเหตุผลหลายประการ เช่น ไม่มีบริการเก็บเงินค่าเข้าชม อื่นๆ เป็นต้น

3. ด้านสถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการในส่วนเริ่มต้น โดยการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่นักท่องเที่ยวต้องไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ดังนั้น ทำเลที่ตั้งจึงเป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการ สถานที่ที่ให้บริการจึงต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารทางข้อมูลระหว่างเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการตลาด (Marketing Mix's) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ได้แก่

4.1 การสื่อสารโดยใช้บุคคล (Personal Communication) เป็นการใช้บุคคลในการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เส้นทางของข้อมูลข่าวสารจะเป็นไป แบบสองทาง (Two-Way Communication) ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติโดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการเล่าประสบการณ์โดยตรงจากนักท่องเที่ยวรายหนึ่งที่เคยใช้บริการไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวทั้งในทิศทางด้านบวกและลบ

4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เช่น การจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรม พิเศษขึ้น และการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่เป็นการตอบแทนต่อสังคม เช่น โครงการ CSR เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการจดจำที่ดีต่อธุรกิจบริการการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีต่างๆ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว จดจำความประทับใจได้และยังเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย

4.3 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการบริการนักท่องเที่ยวโดยผ่านทางสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง เช่น แผ่นโฆษณา ไปสเตอร์ รวมไปถึงสื่อการโฆษณาแบบเคลื่อนที่ เช่น ป้ายโฆษณาข้างรถ หรือสื่อแบบเจาะจงเช่น การสื่อสารโดยตรงผ่านอีเมลล์กลุ่มนักท่องเที่ยว หรือไปรษณีย์ ซึ่งช่วยให้ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ เฉพาะเจาะจงได้มากกว่าแบบอื่น

4.4 อุปกรณ์เครื่องมือให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว (Instructional Materials) ได้แก่ การให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของการท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับผู้ใช้บริการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้

4.5 การออกแบบภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Design) เป็นองค์ประกอบ สำคัญอย่างหนึ่งในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว กล่าวคือ ป้ายสัญลักษณ์หน้าทางเข้าป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เครื่องหมาย สัญลักษณ์ ตัวอักษร การใช้สี รวมถึงเครื่องแบบพนักงาน ซึ่งมีผลต่อการสร้างความจดจำ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์กร

4.6 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ช่องทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถ ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้น ให้นักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากขึ้นและเร็วขึ้นในช่วงที่ทำโปรโมชั่น

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการบริการ องค์การจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีมีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏแก่ สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว (Customer Value Proposition) และช่วยสื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น ความรวดเร็วในการบริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว ความสะอาดของบริเวณป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือ ประโยชน์อื่นๆ ลักษณะกายภาพอื่นๆที่สามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวทำให้ นักท่องเที่ยวมองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีไว้ให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น บรรยากาศบริเวณป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด จะต้องตอบโต้กับความ ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้อย่างประทับใจนักท่องเที่ยวและรวดเร็ว (Customer Satisfaction) กระบวนการให้บริการ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือ ทันสมัยที่ก่อให้เกิดการสร้างกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพได้ ซึ่งในแต่ละขั้นตอน จะต้องมีการเชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนไหนผิดพลาดเพียงขั้นตอนเดียวก็จะทำให้การบริการอาจไม่เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ทำให้ทราบความแตกต่างของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เป็นข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด **รูปแบบวิธีการวิจัย**

ในการวิจัยครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการสอบถามความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร W.G. Cochran (ยูทช ไทเวอร์ธน์, 2558) ในการกำหนดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

กำหนดให้

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

z = ความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ Z มีค่าเท่ากับ 1.96

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 เพราะฉะนั้นจะได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

$$n = \frac{0.5(0.5)1.96^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้น เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชากรทั้งหมดในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สำรองจำนวนตัวอย่าง 16 ตัวอย่าง ดังนั้นจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) แบบทดสอบชุดนี้ได้หาความเที่ยงตรงของเนื้อหา(Content Validity) โดยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ผู้ควบคุมงานวิจัย ไปตรวจสอบและทำการแก้ไขปรับปรุง ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว นำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยพิจารณาความเข้าใจในคำถามด้วยการนำแบบสอบถามมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งเป็นการหาค่าความคงที่ภายใน (Internal Consistency) ด้วยสูตร สัมประสิทธิ์ แอลฟา (Coefficient Alpha) โดย Cronbach

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีบ่อยหรือไม่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีกับใคร ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพราะเหตุผลใด ปัจจัยใดที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน

บุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Seale) (วิชิต อุ๋อัน, 2550) กำหนดค่าของระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการศึกษาของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในการวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (วิชิต อุ๋อัน, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 6 พฤศจิกายน - 31 ธันวาคม 2561

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่า ร้อยละ และความถี่

1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยคำถาม ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีบ่อยหรือไม่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคมจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับใคร ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปัจจัยใดที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าร้อยละ และความถี่

1.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เข้าด้วยกันในตัวแปรที่อยู่ใน Factor เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก ความสัมพันธ์อาจจะเป็นไปใน ทิศทางบวกหรือลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละ Factor จะมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน (กัลยา วานิชย์บัญชา , 2546)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.50 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.00 อาชีพพนักงาน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัด สุราษฎร์ธานีมากกว่า 4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 57.50 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 44.75 เหตุผลในเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ มากับทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 46.75 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เทศกาล คิดเป็นร้อยละ 36.50 ปัจจัยใดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ คือ บรรยากาศธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 36.25

ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอ คีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคคล (People) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) กับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ปัจจัยด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอ

คีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ส่วนระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาค้นคว้าในการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากกว่า 4 ครั้งต่อปี บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เหตุผลในเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ มากับทัวร์ ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เทศกาล ปัจจัยใดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ คือ บรรยากาศธรรมชาติ

ข้อมูลปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ มีการให้บริการระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ เป็นต้น เมื่อเข้าไปใช้บริการและท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดแล้วทำให้เกิดความประทับใจ ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีจุดพักผ่อนหย่อนใจและที่นั่งพักผ่อนพร้อมกับจำนวนนักท่องเที่ยว และมีแหล่งน้ำที่สะอาดและมีปริมาณเพียงพอไว้บริการนักท่องเที่ยว

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ อัตราค่าบริการพายเรือชมธรรมชาติ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีความเหมาะสม ราคาที่จอดรถมีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมการเข้าเยี่ยมชมพื้นที่ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านสถานที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีป้ายบอกทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ล็อกเกอร์ สำหรับเก็บกระเป๋าสัมภาระ ความสะอาดในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น สภาพถนน ร้านอาหาร เป็นต้น และสภาพแวดล้อมโดยรวมของป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีความสะอาด เรียบร้อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ มีการลดราคาค่าสถานที่จอดรถ มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว มีการลดค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชมแก่เด็ก และผู้สูงอายุ 60 ขึ้นไป มีจุดเด่นขายของสถานที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ เจ้าหน้าที่ได้จัดทำป้ายเตือนในจุดต่าง ๆ ที่อาจเกิดอันตรายไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่คอยบริการและให้การช่วยเหลือเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน และมีเจ้าหน้าที่คอยบริการเสิร์ฟช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีธรรมชาติที่ความอุดมสมบูรณ์ สถานที่ภายในของป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีความสงบ และสวยงาม มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด สถานที่ที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ คือ มีกระบวนการจัดการดูแลพื้นที่บริเวณภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดให้มีความสงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ มีกฎระเบียบในการดูแลพื้นที่บริเวณป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดไว้อย่างชัดเจน เช่น การห้ามน้ำสิ่งของ อาหาร เข้าในบริเวณพื้นที่ การดำเนินการภายในป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดย และมีการจัดการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวโดยมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์

สมมติฐาน ปัจจัยทั่วไปมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยรวม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจควรอภิปรายผลดังนี้

1. ในส่วนของข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร แสนพลมัตย์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศโซนเอเชีย ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี และอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี มากกว่า 4 ครั้งต่อปี บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เหตุผลในเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ มากับทัวร์ ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาด อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ เทศกาล ปัจจัยใดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ คือ บรรยากาศธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพร แสนพลมัตย์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศโซนเอเชีย ผลวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมและสิ่งจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศใน โซนเอเชีย อันดับแรกคือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ รองลงมาคือ เป็นผลพลอยได้จากกิจกรรมอื่น และเคยไปเที่ยวมาแล้วเกิดความประทับใจ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวประเทศในโซนเอเชียของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3 อันดับแรก คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านคมนาคม และด้านที่พัก ตามลำดับ

3. ผลการวิจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ เป็นต้น

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อัตราเก็บค่าบริการพาเรือชมธรรมชาติ ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านสถานที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาดมีป้ายบอกทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการลดราคาค่าสถานที่จอดรถ ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ได้จัดทำป้ายเตือนในจุดต่าง ๆ ที่อาจเกิดอันตรายไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาดมีธรรมชาติที่ความอุดมสมบูรณ์ ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ใน

ระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับมีกระบวนการจัดการดูแลทัศนียภาพภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดให้มีความสงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทยา สุขสถิต (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการสกายบีช รีสอร์ท เกะหมากจังหวัดตราด ผลการวิจัย พบว่า ได้รับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการสกายบีช รีสอร์ท เกะหมากจังหวัดตราดในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการสกายบีชรีสอร์ท เกะหมากจังหวัดตราด

4. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอศรีรัตนนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ส่วนระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอศรีรัตนนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอศรีรัตนนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอศรีรัตนนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ บ้านน้ำราด อำเภอศรีรัตนนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปันญา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากการศึกษาพบว่า เมื่อวิเคราะห์นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างต่อความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่าความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมทุกด้านในกรณีที่มีช่วงอายุแตกต่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิสำเนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ไม่ควรมีบริการเก็บค่าสถานที่จอดรถ
2. ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชมแก่เด็กและผู้สูงอายุ
3. ควรมีการปรับปรุงและบำรุงรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จึงทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการเก็บรวบรวมข้อมูลและระยะเวลาในการเดินทางในการศึกษาข้อมูลอาจได้ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษานี้สามารถได้ข้อมูลที่ครบถ้วนผู้วิจัยควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลมากขึ้นกว่าเดิมเพื่อความสะดวกและได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีจากความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ (BUS 7096) รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเจริญ ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้ที่ถูกต้องตามกฎหมายทั้งในการศึกษาและการทำงานวิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). ท่องเที่ยวไทย 2558-2559. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ระเบียบ ตรีง สตุล และพัทลุง. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). แดงทิศทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวปี 2561. สืบค้นเมื่อวัน พฤศจิกายน 20,2561. จาก <https://mgroonline.com/travel/detail/9600000072759>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 20 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2547). วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 8,2561. จาก
- ชายชาญ ปฐมกาญจนานและนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม ของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเสน จังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาสารบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 26(1) :118-129.
- ธัญญา พรหมบุรุษย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2558).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เบญจพร แสนพลมาตย์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศในโซนเอเชีย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การ ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานคณะโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประสิทธิ์ ทองอ่อน. (2542). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ: ธีรด์เวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ.
- ปรีชา คามาดี และสมพงษ์ อัครวิชัยปัติ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่ม เยาวชนในจังหวัดลพบุรี. บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิณ สถาบันเทคโนโลยีการบิณ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
- พัชรรัตน์ หารไชย. (2552). การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อกำหนด แนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2542). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุท ใภยวรรณ. (2558). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ราณี อิติชัยกุล. (2550). การจูงใจบุคลากรในองค์กรในประมวลสาระชุดวิชาการบริหารองค์การ หน่วยที่ 9 นนทบุรี. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ,มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- วนิดา สถิตานนท์. (2539). 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : ดอกเบี๋ย.
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชิต อุ๋อัน. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์ : ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์ กรณีศึกษาเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : เซ็นทรัลเอ็กเซล
- วิชิต อุ๋อัน. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยา สุขสถิต. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการสกายบัส รีสอร์ท เกาะหมาก จังหวัดตราด. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหาร การตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). ดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. <http://www.human.ubru.ac.th/2010/images/educationdocument/aj.kulawadee>
- สมบัติ กาญจนกิจ (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ อัครวิชัยปิติ และพัฒนา ธนภฤตพุมิเมธ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์. บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันเทคโนโลยีการบิน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
- สิริก เลิศลักษณ์ธาร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. การกีฬาและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุภาพร คำภีระ. (2554). การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์หมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควร อำเภอโป่ง จังหวัดพะเยา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- สุรีรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านท่าเียน. (2561). ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด. สืบค้นเมื่อวันที่ พฤศจิกายน 28, 2561. จาก. <http://www.bantumneab.go.th>
- อภิรักษ์ จันทานี. (2550). สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D. พระนครศรีอยุธยา. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อมรรัตน์ กนกแก้ว. (2549). ความคิดเห็นของบุคลากรบริษัทสยามไต้ลส์ จำกัด ที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรรวรรณ เกิดจันทร์. (2557). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Cronbach, L. J. (1972). Essentials of Psychological Testing. (5th ed.). New York: Harper Collions.