

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว

อ.খনอม จ.นครศรีฯ

Thai Tourist Behavior and Satisfaction on Travelling in Khanom District, Nakhon Si Thammarat Province

ลิปดา สรรพนิล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้จัดทำขึ้นเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวใน อ.খনอม จ.นครศรีฯ โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถาม นำไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC) 3 ท่าน และใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) แล้วนำไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างระหว่างวันที่ 25 ธันวาคม 2561 ถึงวันที่ 3 มกราคม 2562 จำนวน 400 ชุด โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอ ขนอม ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มา อ.খনอมเป็นครั้งแรก ต้องการมาพักผ่อน ท่องเที่ยวเป็นหลัก ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม คือ 2-4 คน และกลุ่มตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท โดยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลอื่นและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก 2) ความพึงพอใจการท่องเที่ยวখনอมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า พึงพอใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านคมนาคม และด้านราคาสินค้าและบริการ พึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านความปลอดภัย 3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ที่พักใน อ.খনอม 3 คืนขึ้นไป พึงพอใจมากกว่า ผู้ที่ไม่พักค้างคืน หรือพัก 2 คืน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า มีความต้องการให้มีการพัฒนาในเรื่อง ระบบการจราจรของ อ.খনอม ให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกที่จอดรถในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะพื้นที่ตลาดและชุมชนที่พบปัญหา เช่น การจอดรถซ้อนคัน การตั้งร้านค้าแผงลอยบนท้องถนน รวมถึงการเพิ่มจุด เจ้าหน้าที่ หรือช่องทางในการแจ้งเหตุด่วน เหนือร้ายในกรณีฉุกเฉิน การติดตั้งไฟแสงสว่าง และ CCTV ให้เพียงพอในจุดท่องเที่ยวสำคัญๆ และให้ร้านอาหาร ต่าง ๆ ที่มีรูปแบบหรือมาตรฐานร้านใกล้เคียงกัน ให้จำหน่ายอาหารในราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

คำสำคัญ (Key Words): พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, ท่องเที่ยว

ABSTRACT

This research has studied Thai tourist who travelling in Khanom, Nakhon Si Thammarat. Objectives of the study are; 1) to study the tourist behavior, 2) to study the level of tourist satisfaction, and 3) to compare the level of tourist satisfaction classified by such behaviors. The researcher used the questionnaires that have been approved by 3 experts (IOC), then analyzing the data with Cronbach approach (Cronbach's Alpha Coefficient). This is to confirm the validity and reliability of the tool. The researcher carried out sampling by Purposive Sampling. The 400 samples were collected in tourist areas in Khanom district. The followings are findings of the study. 1) Most of the tourist travelling Khanom once a year with the main purpose of leisure. Most of them travel in group, 2-4 persons and big group starting from 7 persons or more. Their approximately expense is not over 3,000 baht per person. They have received tourist information about Khanom from other people the most and from social media, respectively. 2) Overall tourist satisfaction is in high level. It comprises of 3 high satisfied categories which are Natural resources and environment, Transportation and Price of food and service. Another 2 medium satisfied categories are Public relations and Safety. 3) Duration of staying is related with the satisfaction level, significantly at .05. Particularly, 3 nights or more of staying resulted in higher satisfaction level than one day trip and 2 nights stay. In additions, tourists recommend Khanom to improve in controlling driving behavior to be more in order, especially parking space in community areas. Including, setting up more safety authority points or channel to report in emergency case, providing more lights and CCTV in popular tourist areas. Finally, tourists recommend that the same type of restaurants should sell food in the same price standard.

Key words: Behavior, Satisfaction, Tourist

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญในประเทศไทย เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยมาตรการการส่งเสริมการท่องเที่ยวถือเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ประสบความสำเร็จ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (บัณฑิต ชัยวิชญชาติ, 2561) นำมาสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชน (อัครพงศ์ อ้นทอง, 2557)

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว มีการกำหนดนโยบายให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ อาทิ การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ฉบับ พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) และ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 โดยแผนฉบับนี้ มุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ม.ป.ป) เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพการดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นรายภูมิภาค พบว่า ภาคใต้มีผู้มาเยี่ยมเยือน มากเป็นอันดับสองของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดหนึ่ง ที่ได้รับการจัดเป็นเมืองรองจากทั้งสิ้น 9 จังหวัด (กระทรวงการคลัง, 2561) และจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า จังหวัด

นครศรีธรรมราช มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด เป็นลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับเมืองรองจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 98.2 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 1.8 โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

อำเภอขนอม เป็นอำเภอที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ (นิคม อ่อนสี, 2552) มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น การเยี่ยมชมปลาโลมา (นุชจรรย์ อุนต์, 2556) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับ อำเภอขนอม มีที่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือสุดของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาณาเขตติดกับ อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นเส้นทางที่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้หลายปลายทาง เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า เป็นต้น ด้วยปัจจัยเหล่านี้และการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว (วินิธา พาณิชย์, 2557) อาจเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการท่องเที่ยวอำเภอขนอมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอขนอมให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้น มีความจำเป็นจะต้องศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยว อ.ขนอม จ.นครศรีฯ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวและเป็นข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ.ขนอม จ.นครศรีฯ
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ.ขนอม จ.นครศรีฯ
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ. ขนอม จ.นครศรีฯ

จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สมมติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ. ขนอม จ. นครศรีฯ แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ในการเดินทางมา อ. ขนอม แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา อ. ขนอม แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมา อ.ขนอม ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว อ.ขนอม ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ.ขนอม แตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ.ขนอม แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาค้างนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว อ.ขอนแก่น จ.นครราชสีมา จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้างนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา โดยมีตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็น 6 ด้าน คือ ความถี่ในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว

2. ตัวแปรตาม คือ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ.ขอนแก่น จ.นครราชสีมา โดยจำแนกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านราคาสินค้าและบริการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการสำรวจในพื้นที่อำเภอขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลางานวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 ถึง มกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอขอนแก่น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว อ.ขอนแก่น จ.นครราชสีมา ของหน่วยงานรัฐและผู้ประกอบการ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยค้างนี้ ไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาต่อ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ อ.ขอนแก่น จ.นครราชสีมา อำเภอขอนแก่นมีที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุด ของจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ภูเขา ที่ลาดเชิงเขา ที่ราบชายฝั่งทะเล และ ป่าชายเลนเป็นส่วนใหญ่ มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน ช่วงเดือน กุมภาพันธ์-เมษายน และฤดูฝน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มกราคม (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2555) สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอขอนแก่น ได้แก่ หาดแขวงภោ หาดทองชิง หาดโรงไฟฟ้า หาดหน้าด่าน หาดโนนเพลา น้ำตกหินลาด ถ้ำเขาวังทอง บ่อน้ำจืดเกาะนุ้ย เขาพิงผ้า เป็นต้น (อรอนงค์ ฉะยมแหลม, 2553)

ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงค์ พงศบุตร (2542) ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว (Tourism)” ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ และ ความหมายของ “นักท่องเที่ยว (Tourist)” ตามความหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ทักษิณา คุณนารักษ์, 2546)

ประเภทของนักท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) อธิบายว่า การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง จำแนกได้ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด 2) นักท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา 3) นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา 4) นักท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง 5) นักท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ 6) นักท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก 7) นักท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร 8) นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และ 9) นักท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (ชมพูนุช โมราชาตี, 2548) ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร จะไปท่องเที่ยวเมื่อใด จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร จะพักแรมที่ไหน จะไปท่องเที่ยวกับใคร จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด และจะไปท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ที่วัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ความหมายของความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวถือเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ดังนั้น Joan L. Giese และ Joseph A. Cote, (2000) อธิบายว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค คือ ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับ (Cadotte, Woodruff and Jenkins, 1987) สอดคล้องกับ Westbrook (1987) ที่ให้ความหมายว่า การประเมินโดยรวมเกี่ยวกับการใช้หรือการบริโภคสินค้า

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ เลิศพร ภาரசกุล, 2558 ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel-career ladder) ของเพียชและคณะ มี 5 ชั้น ดังนี้ 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย 2) ความต้องการความปลอดภัยมั่นคง 3) ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ 4) ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง 5) ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยในขั้นที่ 1-4 เกิดขึ้นทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดเอง และเป็นการชักนำหรือกำหนดโดยผู้อื่น ส่วนขั้นที่ 5 เกิดจากบุคคลเป็นผู้กำหนดเอง นอกจากนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยังมี 2 มิติ คือ มิติทางด้านกายภาพ และมิติทางด้านความรู้สึก โดยการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นควรวัดทั้ง 2 มิติ (ธัญวลัย ชุตติมาวัฒนานันท์, 2558)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศรุต ราชบุรี และทศไนย ปราณี (2554) ทำการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยว และประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่ชุมชนบ้านท้องเนียน โดยประเมินว่า ชุมชนบ้านท้องเนียนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันเนื่องมาจาก มีการท่องเที่ยวเยี่ยมชมโลมาเป็นจุดเด่น ชูย กำลังงาม และคณะ (2550) ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คือการได้รับข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวก่อนหน้านี้ ดังนั้นการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวนั้น ถือเป็น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและลงทุนน้อยที่สุด นอกจากนี้ วรานันท์ ตันติเวทย์ (2554) อธิบายว่า ปัจจัยที่มีผลให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนด้านนักท่องเที่ยว คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวและความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในครั้งถัดไป ซึ่งสอดคล้องกับ อรอนงค์ เจียบแหลม (2553) ที่ได้ทำการศึกษาการจำแนกพื้นที่ท่องเที่ยวอำเภอหนองบัว โดยใช้หลักการทางภูมิศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ จากผลการศึกษาพบว่า การปรับเขตการท่องเที่ยวให้เหมาะสมนอกจากปัจจัยทางกายภาพหรือภูมิศาสตร์แล้ว จะต้องพิจารณาปัจจัยทางสังคม คือ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับร่วมด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการออกแบบแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วทำการทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด ทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพึงพอใจแต่ละด้านโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)
2. ทำการสุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใน 4 เขตพื้นที่ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามพื้นที่ละ 100 ชุด ดังนี้ พื้นที่ A จุดลงเรือชมปลาโลมาหมู่บ้านแหลมประทับ และหาดแขวงเกา พื้นที่ B จุดท่องเที่ยวสปปาลา พื้นที่ C จุดชมวิวนั้นทเวตา หาดหน้าด่าน และหาดในเพลา และพื้นที่ D หาดคอเขา หาดโรงไฟฟ้า และเขตชุมชนบ้านบางแพง
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ (SPSS)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และ ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการค่าเฉลี่ย (Sample Mean) และวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูลด้วย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.)
3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ One way ANOVA และเมื่อพบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยการทดสอบ LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และมีเขตที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน คือ ภาคใต้
2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมา อ.ขนอม 1 ครั้งต่อปี ซึ่งครั้งที่ตอบแบบสอบถาม เป็นการมาครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อ พักผ่อน/ท่องเที่ยว มากที่สุด โดยมีสมาชิกร่วมเดินทางมา จำนวน 2-4 คน พักค้างคืนใน อ.ขนอม เป็นระยะเวลา 1 คืน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่อคนไม่เกิน 3,000 บาท โดยประมาณ และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลอื่น คือ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก เป็นหลัก
3. ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ.ขนอม พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านคมนาคม และด้านราคาสินค้าและบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านความปลอดภัย
4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว คือ ระยะเวลาที่พักใน อ.ขนอมที่แตกต่างกัน ที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยว ที่ไม่พักค้างคืน และค้าง 2 คืน

อภิปรายผล

ผลการศึกษานี้ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความถี่ในการเดินทางมายัง อ.ชนอม ในรอบ 1 ปี เพียง 1 ครั้ง ซึ่งครั้งที่ตอบแบบสอบถามเป็นการเดินทางมาเป็นครั้งแรก ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือ เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกันกับผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยในรอบปี 2558 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน มากเป็นลำดับแรก ผู้วิจัยคาดว่าเนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลแตกต่างกัน โดยงานวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 25 ธ.ค. 2560 ถึง 3 ม.ค. 2561 ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืนเป็นระยะเวลา 1 คืน มีค่าใช้จ่ายต่อคนไม่เกิน 3,000 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลจาก เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก มากที่สุด สอดคล้องกับ วันทิกา หิรัญเทศ (2556) ที่พบว่าสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ/เพื่อน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ. ชนอม โดยรวม ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นลำดับสูงสุด เนื่องจาก อ.ชนอมมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม (นิคม อ่อนสี, 2552) และรองลงมา คือ ด้านคมนาคม ตรงกันกับผลการศึกษาของ วิดิเนีย มายอร์ (2555) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยทำการเก็บข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยว จ. ระนอง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยวของ Mill (1990) (อ้างถึงใน ศรีนทีทิพย์ คาวาโนเบะ, 2554) ที่อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ถนน และระบบการจราจร เป็นองค์ประกอบสำคัญด้านการท่องเที่ยว ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมด้านระยะเวลาที่พักใน อ.ชนอม นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพียงด้านเดียว โดยนักท่องเที่ยวที่พักใน อ.ชนอม เป็นเวลา ตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืน และค้าง 2 คืน ผู้วิจัยคิดว่าการพักค้างคืนเป็นระยะเวลานานขึ้น ทำให้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยว อ.ชนอม อย่างครบถ้วนมากกว่า ทำให้มีความพึงพอใจมากกว่า แต่เนื่องจากพบว่า การพัก 3 คืนขึ้นไป มีความสัมพันธ์กับ การไม่พักค้างคืน และค้าง 2 คืนเท่านั้น ซึ่งไม่ได้สัมพันธ์กับการพัก 1 คืน จึงเห็นว่าปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย เช่น ลักษณะกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในระหว่างการท่องเที่ยว หรือความชอบของตัวนักท่องเที่ยวเองก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel-career ladder) ของเพียชและคณะ ที่ได้อธิบายว่าความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดขึ้นทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดเอง และอีกส่วนหนึ่งเป็นการชักนำหรือกำหนดโดยผู้อื่น (เลิศพร ภาระสกุล, 2558) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการศึกษาต่อยอดงานวิจัยเดียวกันนี้ ในช่วงเวลาอื่นๆ ของปี เพราะครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเพียงช่วงเทศกาลปีใหม่เท่านั้น และควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว ว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร ได้แก่ การศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยว อ.ชนอม จำแนกตามประเภทหรือกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชนอม เป็นต้น การศึกษาที่หลากหลายนี้ ผู้วิจัยคาดว่าสามารถทำให้ทราบว่า ใครคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และ ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อ.ชนอม ซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้ อาจเป็นข้อมูลในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวของ อ.ชนอมได้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรตระหนักในการสร้างประสบการณ์ และความประทับใจ ให้กับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ครั้งแรกที่มาเยือน กระตุ้นการท่องเที่ยว โดยการทำการตลาด จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มทั้ง 2 ขนาด คือ กลุ่มเล็ก 2-4 คน และ กลุ่มใหญ่ ตั้งแต่ 7คนขึ้นไป โดยให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก ส่งเสริมสนับสนุนให้คนในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของขอนแก่นอย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวมถึงช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ขนอมให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงนำข้อมูลข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง คือ พัฒนาระบบ การจราจรของ อ.ขนอม ให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกที่จอดรถในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะพื้นที่ตลาด และชุมชนที่พบปัญหา เช่น การจอดรถซ้อนคัน การตั้งร้านค้าแผงลอยบนท้องถนน รวมถึงเพิ่มจุดเจ้าหน้าที่ หรือ ช่องทางในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย ในกรณีฉุกเฉิน การติดตั้งไฟแสงสว่าง และ CCTV ให้เพียงพอในจุดท่องเที่ยว สำคัญๆ และส่งเสริมให้ร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีรูปแบบหรือมาตรฐานร้านใกล้เคียงกัน จำหน่ายอาหารในราคาที่เป็น มาตรฐานเดียวกัน สิ่งเหล่านี้อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวพักใน อ.ขนอม เป็นระยะเวลานานขึ้น และมีความพึงพอใจมาก ยิ่งขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นกลับมาเยือนซ้ำและเป็นการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวรายใหม่ มาเยือน อ.ขนอม นำมาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวขอนแก่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559 (จำแนกตามภูมิภาค และ จังหวัด)*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2561, จาก

https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=438&filename=index

กระทรวงการคลัง. (2561). *แถลงข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 125*. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2561, จาก

https://www.mof.go.th/home/news_current.html

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ชมพูนุช โมราชาตี. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ชูย์ กาลังงาม และคณะ. (2551). *โครงการการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้*. รายงาน การวิจัยสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทักษิณา คุณนารักษ์. (2546). *การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิคม อ่อนสี. (2552). *สมุทรศาสตร์ฟิสิกส์บริเวณหาดขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุชจรรย์ อุ่นดี. (2556). *การศึกษาประชากรโลมาหลังโหนก (Sousa chinensis Osbeck, 1765) บริเวณ ชายฝั่งขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยวิธีการวิเคราะห์ด้วยภาพถ่าย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- บัณฑิต ชัยวิชญชาติ. (2561). การประเมินผลมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 13, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 91-106.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: หจก. เฟิร์นข้าหลวงพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การศึกษาเฉพาะบุคคลหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงค์ พงศบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี*. รายงานการวิจัยวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วิคเนีย มายอร์. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วารชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). *รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารศาสตร์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วรานันท์ ดินดีเวทย์. (2554). *การประเมินมูลค่าโลมาสีชมพูทางเศรษฐศาสตร์และการปรับตัวของประชาชนจากกิจกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภอขอม จังหวัด นครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรุต ราชบุรี และทัตไฉนยปรภาณี. (2554). *ทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตามปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบ้านท้องเนียน อำเภอขอม จังหวัด นครศรีธรรมราช*. รายงานการวิจัย คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อำเภอเมืองจังหวัดน่าน*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุวิชา ศรีถาน และ ปรีดา ไชยา. (2560). การรับรู้และแรงจูงใจการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารช่อพะยอม* 28, 2 (มิถุนายน-ตุลาคม): 296-304
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2559 (ในรอบปี 2558)*, ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2561, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/TravelPocket59.pdf>

อัศวพงษ์ อ้นทอง. (2557). การตรวจสอบสมมติฐาน Tourism-led Growth : กรณีศึกษาประเทศไทย. *วารสาร เศรษฐศาสตร์ประยุกต์* 21, 2 (ธันวาคม): 30-51.

อรอนงค์ เจียบแหลม. (2553). การประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อจำแนกช่วงชั้นโอกาส ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอหนองจันทน์นครศรีธรรมราช. *ว.สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์* 16, 3 (พฤษภาคม-มิถุนายน): 374.

Giese, J.L. and Cote, J.A. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1: 1-27.