ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

โดย
นางสาวกาญจนา มั่นแนบ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

โดย
นางสาวกาญจนา มั่นแนบ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING SATISFACTION AND REVISIT INTENTION OF THAI TOURISTS VISITING KUI BURI NATIONAL PARK

By

MISS Kanjana MUNNAB

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Master of Business Administration MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM

Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี
โดย	นางสาวกาญจนา มั่นแนบ
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต สังข์เฉย

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชวนชื่น อัคคะวณิชชา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต สังข์เฉย)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช นันทะโรจพงศ์)

631220091 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
คำสำคัญ : อุทยานแห่งชาติกุยบุรี, การรับรู้คุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ

นางสาว กาญจนา มั่นแนบ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต สังข์เฉย

อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีและศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนรับรู้คุณลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและการให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการมาเยือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยครั้งนี้ทางผู้บริหารอุทยานแห่งชาติกุยบุรีสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาด้านการจัดการสภาพแวดล้อมและคุณภาพการให้บริการในโอกาสต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร

631220091 : Major MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
Keyword : KUI BURI NATIONAL PARK, PERCEPTION OF ATTRACTION CHARACTERISTICS, SATISFACTION

MISS Kanjana MUNNAB : Factors Affecting Satisfaction and Revisit Intention of Thai Tourists Visiting Kui Buri National Park Thesis advisor : Assistant Professor Dr. Thanakrit Sangchoey

Kui Buri National Park is an attraction famous for wildlife tourism. The purpose of this research was to study the perception of attraction characteristics and satisfaction of tourists visiting Kui Buri National Park and to study the influence of perception of attraction characteristics on tourist satisfaction. Collected data from a sample group of 400 Thai tourists visiting Kui Buri National Park. Data were analyzed using percentage statistics, mean values, and multiple regression analysis. The results showed that tourists who visited perceived the 5 attraction characteristics, namely attraction; staff and access; facilities; information; and environment as a high average level. Environmental perception of tourist attractions and perception of information positively influence visit satisfaction at the statistically significant level of 0.05 The results of this research, the administrators of Kui Buri National Park to improve and develop environmental management and services in the future.

มหาวิทยาลัยศิลปากร

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต สังข์เฉย อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาในการจัดทำวิทยานิพนธ์ และแนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ และสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมทั้งขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคะวณิชชา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช นันทะโรจพงศ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำปรึกษา และแนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ นางสาวสุพร พลพันธ์ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติกุยบุรีที่คอยให้ความช่วยเหลือและคอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่เลี้ยงดู อบรมสั่งสอน และให้การสนับสนุน อยู่เคียงข้างคอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด ซึ่งนับเป็นความยินดีอย่างยิ่งที่ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จเสร็จสมบูรณ์

นางสาว กาญจนา มั่นแนบ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญรูปภาพ ..... ฏ

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย 3

1.3 ขอบเขตการวิจัย 4

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ 4

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 7

2.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติกุยบุรี 7

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 9

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Staff and Access) 15

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) 19

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Information) 23

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Environment) 26

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน (The Intention of Revisiting) 33

2.9 การพัฒนาสมมติฐาน 36

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย 44
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 45
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง 45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 46
3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย 48
3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล 49
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล 50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 52
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 52
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว 54
4.3 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 57
4.4 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 58
4.5 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว 59
4.6 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 60
4.7 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 61
4.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 62
4.9 ความตั้งใจกลับมาเยือน 63
4.10 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 63
4.11 ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี 65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ 71
5.1 สรุปผลการวิจัย 71
5.2 อภิปรายผล 72
5.3 ประโยชน์เชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ทางการบริหารจัดการ 78

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป 80

รายการอ้างอิง 81

ภาคผนวก 91

ประวัติผู้เขียน 104

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 49

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 52

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว 54

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 57

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 58

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว 59

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 60

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 61

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 62

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการความตั้งใจกลับมาเยือน 63

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือน 64

ตารางที่ 12 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร 65

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว 66

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 67

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)69

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis) โดยแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือน 70

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงสมมุติฐานที่ 1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 37

ภาพที่ 2 แสดงสมมุติฐานที่ 2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 38

ภาพที่ 3 แสดงสมมุติฐานที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 39

ภาพที่ 4 แสดงสมมุติฐานที่ 4 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 41

ภาพที่ 5 แสดงสมมุติฐานที่ 5 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 42

ภาพที่ 6 แสดงสมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจกลับมาเยือน 43

ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดการวิจัย 44

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ (National Park) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากอุทยานแห่งชาติแต่ละพื้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและความโดดเด่น อุทยานแห่งชาติบางแห่งนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเพื่อมาชมความงามของพรรณพืชที่หายากที่อยู่ในระบบนิเวศธรรมชาติ ขณะที่บางแห่งนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเพื่อมาชมชีวิตและความเป็นอยู่รวมทั้งการออกหากินตามระบบนิเวศที่เป็นธรรมชาติของสัตว์ป่าหรือบางแห่งเป็นสถานที่สำหรับนักดูนก ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวนมาก และการท่องเที่ยวยังมีช่วยในการอนุรักษ์ คุ้มครองสัตว์ป่าและพันธุ์พืชไปพร้อมกัน ขณะเดียวกันความสวยงามและความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด สร้างประสบการณ์เรียนรู้สิ่งใหม่ที่ช่วยเพิ่มพลังชีวิต รวมทั้งช่วยฟื้นฟูทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ขณะที่ผู้ทรงอิทธิพลในสังคมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (influencer) ต่างเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ประกอบกับผู้ที่มีโอกาสไปเยือนอุทยานแห่งชาติมาแล้วได้ถ่ายทอดความประทับใจความสวยงามตามธรรมชาติ ความสุขจากการที่ได้ไปสัมผัสบรรยากาศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มมากขึ้นทั้งอุทยานแห่งชาติทางบกและอุทยานแห่งชาติทางทะเล

อุทยานแห่งชาติเป็นพื้นที่อันกว้างใหญ่ มีทิวทัศน์ที่สวยงามเหมาะสำหรับการให้นักท่องเที่ยวไปพักผ่อน และยังมีสิ่งที่น่าสนใจให้ศึกษาเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นพรรณพืชหลากหลายชนิด สัตว์ป่าหายาก ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม โดยอุทยานแห่งชาติมีการบริหารจัดการโดยภาครัฐ พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างเพียงพอที่จะสามารถป้องกันการบุกรุกทำลายได้ ปัจจุบันประเทศไทยมีอุทยานแห่งชาติรวมทั้งหมด 156 แห่ง โดย 133 แห่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาและยังมีอีก 23 แห่งเป็นพื้นที่กำลังเตรียมการ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2566) การท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยปกติแล้วการท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่า นักท่องเที่ยวจะต้องเข้าชมตามกฎและระเบียบที่กำหนดโดยกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช รวมถึงกฎระเบียบของแต่ละพื้นที่เพื่อมิให้เป็นการรบกวนวิถีชีวิตตามธรรมชาติของสัตว์ป่าและเพื่อความ

ปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเอง การท่องเที่ยวสัตว์ป่าจึงเป็นการเข้าชมหรือเฝ้าสังเกตการณ์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตตามธรรมชาติ โดยเฉพาะบางอุทยานแห่งชาตินั้นเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและหากินของสัตว์ป่าหายาก การพบเจอนับว่าเป็นโอกาสที่หาได้ยากยิ่ง โดยทั่วไปกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเมื่อมาท่องเที่ยวสัตว์ป่ามักจะเป็นการเก็บภาพถ่ายหรือภาพเคลื่อนไหว ซึ่งในประเทศไทยกิจกรรมการท่องเที่ยวชมสัตว์ป่าที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสพบเจอสัตว์ป่ามีอยู่ด้วยกัน 3 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาแผงม้า จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่ดังกล่าวมักจะถูกตั้งสมญานามว่าซาฟารีเมืองไทย

อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 90 ของประเทศไทย โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 116 ตอนที่ 20 ก ลงวันที่ 25 มีนาคม 2542 มีขนาดพื้นที่ตามประกาศ 605,625 ไร่ สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นเทือกเขาสลับซับซ้อน เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาตะนาวศรีพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเมียนมา มีสภาพเป็นป่าดิบแล้งและป่าดิบชื้น ที่นี่เป็นป่าต้นน้ำลำธาร ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญและมีค่า เช่น พรรณไม้ ของป่า สัตว์ป่า ตลอดจนทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิม มิให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปเพื่อประโยชน์แก่การศึกษาและความรื่นรมย์ของประชาชน ที่สำคัญยังเป็นบ้านของสัตว์ป่า เช่น ช้างป่า กระทิง วัวแดง กวางป่า หมี เก้ง สมเสร็จ ชะนี ลิง ค่าง เลียงผา และกระจง เป็นต้น เนื่องจากมีแหล่งน้ำและอาหารสมบูรณ์ จนกลายเป็นเจ้าของสมญานาม "ป่าซาฟารีเมืองไทย"

จากการที่อุทยานแห่งชาติแห่งนี้กลายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่าที่มีชื่อเสียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวสัตว์ป่านิยมเดินทางมาเยือน จากสถิติข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2564 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมจำนวน 13,527 คน 17,641 คน 20,746 คน 14,899 คน และ 4,924 คน ตามลำดับ เฉลี่ยปีละ 14,347 คน (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2564) เนื่องจากอุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีสภาพป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ดังที่กล่าวมาแล้ว แลถเป็นถิ่นอาศัยของสัตว์ป่าที่มีความสำคัญหลายชนิด เช่น ช้างป่า กระทิง วัวแดง และสัตว์ป่าอื่น ๆ จำนวนมากและพบเห็นได้ง่าย ทางอุทยานแห่งชาติกุยบุรีจึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลายภาคส่วน โดยเฉพาะชาวบ้านหมู่บ้านรวมไทย ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาช้างป่าออกมากินพืชผลทางการเกษตร จึงได้ก่อตั้งชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สัตว์ป่ากุยบุรีขึ้น และได้จัดกิจกรรมชมสัตว์ป่า เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและชาวบ้านอีกด้วย กิจกรรมชมสัตว์ป่านั้น จะเปิดในช่วงระหว่างเวลา 14.00-18.00 น. ซึ่งการเข้าไปยังพื้นที่ชมสัตว์ป่าจะต้องเช่ารถของชมรมท่องเที่ยวฯ เข้าไปยังจุดชมสัตว์ป่าทั้ง 4 จุด ได้แก่ จุดที่ 1 จุดชมสัตว์ป่าโป่งสลัดได ทุ่งหญ้าขนาดใหญ่ มีหอชมสัตว์ จุดที่ 2 หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ กร.1 (ป่ายาง) จุดที่ 3 พุยายสาย และจุดที่ 4 บริเวณหน้าผาจุดชมสัตว์ป่า)

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีจะได้มีโอกาสพบเจอสัตว์ป่าตามจุดต่าง ๆ ที่ทางอุทยานแห่งชาติจัดไว้ เช่น จุดชมโขลงช้างป่า จุดชมฝูงกระทิงป่าและวัวแดงป่า สัตว์ป่าในพื้นที่ล้วนเป็นสัตว์ป่าที่หายากและใกล้สูญพันธ์ อาศัยและออกหากินตามธรรมชาติ ด้วยความตื่นตาตื่นใจในการได้เห็นช้างป่า กระทิงป่า ออกหากินตามธรรมชาติแล้วสองข้างทางยังมีความหลากหลายของพืชพรรณไม้และความสดชื่นตามธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพความประทับใจ และเก็บความทรงจำที่ดี ทั้งนี้ ช่วงเวลาชมสัตว์ป่าที่ดีที่สุดของอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จะอยู่ในช่วงเวลา 14.00-17.00 น. โดยขึ้นอยู่กับสภาพอากาศในแต่ละวัน หากวันใดที่มีอากาศร้อนมาก สัตว์ป่าก็จะออกมาในช่วงเย็น และหากวันใดที่มีอากาศเย็น มีฝนตกก็มีโอกาสได้พบเห็นสัตว์ป่าเร็วยิ่งขึ้น โดยการท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่านั้นนักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของอุทยาน โดยมีเจ้าหน้าที่อุทยานคอยอำนวยความสะดวกและให้ความรู้ควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมที่มีตามธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไปได้

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวของการท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี ผู้ศึกษาวิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าวเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยดังกล่าวผู้วิจัยคาดว่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความต้องการกลับมาเยือน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในการนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาอุทยานแห่งชาติให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งผลความต้องการกลับมาเยือน

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1.ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความต้องการกลับมาเยือน

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว 4) การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 5) สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือน

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

กำหนดขอบเขตพื้นที่คือ อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เฉพาะส่วนที่มีการเปิดให้บริการทางการท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ได้แก่ หน่วยพิทักษ์อุทยานฯ ที่ กร.1 ป่ายาง และ หน่วยพิทักษ์อุทยานฯ ที่ กร.5 ห้วยลึก เนื่องจากเป็นสถานที่เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการวิจัยตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ.2566 รวมระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าทั้งสิ้น 12 เดือน ในส่วนของระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2566 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2566 รวมระยะเวลา 3 เดือน

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีที่ดึงดูดหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน ได้แก่ ความสวยงามพืชพรรณธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่า ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่ความสมบูรณ์ไม่ถูกทำลาย สภาพอากาศที่ดี รวมถึงความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การบริการโดยบุคลากรของอุทยาน ความเต็มใจให้บริการ ความสะดวกในการเดินทางเข้าพื้นที่ ความเหมาะสมของเวลาสำหรับกิจกรรมชมสัตว์ป่า ความเหมาะสมของยานพาหนะสำหรับกิจกรรมชมสัตว์ป่า คุณภาพของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับกิจกรรมชมสัตว์ป่า และความเหมาะสมสำหรับค่าบริการกิจกรรมชมสัตว์ป่า ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพบริการของบุคลากรและความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดบริการสถานที่จอดรถและความเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ห้องสุขามีความสะอาดและเพียงพอ มีการติดตั้งป้ายหรือสัญลักษณ์ข้อห้ามต่าง ๆ มีแผ่นพับหรือโบชัวร์บอกตำแหน่งการใช้พื้นที่ การจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตามจุดต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวมาเยือน ตลอดจนมีป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติกุยบุรีทางเว็บไซต์กรรมอุทยานแห่งชาติ และเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ได้แก่ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว ความทันสมัยและเป็นปัจจุบันของข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารล่วงหน้าทางเฟซบุ๊กเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมตัว ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของอุทยานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การจัดการสภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่า การจัดการเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการให้เป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ เพื่อให้สร้างความตระหนักรู้แก่นักท่องเที่ยวต่อการเป็นพื้นที่คุ้มครองทางธรรมชาติ ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมของอุทยานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจากการมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ความรู้สึกพึงพอใจจากการมาเยือนเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าด้านค่าใช้จ่ายและระยะเวลา รวมถึงความพึงพอใจโดยภาพรวมจากการมาเยือน ประเมินจากแบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ความตั้งใจกลับมาเยือน หมายถึง แนวโน้มของความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีของนักท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนเมื่อมีความพร้อมและโอกาส และการแนะนำบอกต่อ/แนะนำให้ผู้อื่นรู้จักอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดดังนี้

2.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (Facilities)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน

2.9 การพัฒนาสมมติฐาน

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

2.1.1 ประวัติการจัดตั้ง

อุทยานแห่งชาติกุยบุรี เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 90 ของประเทศไทย โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 116 ตอนที่ 20ก ลงวันที่ 25 มีนาคม 2542 มีขนาดพื้นที่ตามประกาศ 605,625 ไร่ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2553) เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มป่าแก่งกระจาน (Kaeng Krachan Forest Complex: KKFC)กลุ่มป่าแก่งกระจาน ซึ่งหมายรวมถึงอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ตั้งอยู่บนเทือกเขาตะนาวศรีซึ่งทอดตัวเป็นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับเมียนมา มีสภาพภูมิอากาศหลายลักษณะมาบรรจบกัน จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกระจายของเขตภูมิพฤกษ์ (Plant geographical characteristics)

2.1.2 ลักษณภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นเทือกเขาสลับซับซ้อน มีความลาดชันของพื้นที่จากด้านทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก และมีแนวเขาขวางตัวในทิศเหนือ-ใต้ เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาตะนาวศรี อันเป็นเทือกเขาซึ่งกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยและเมียนม่าร์ ซึ่งมีสภาพพื้นที่

แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) แบบลูกคลื่นลอนชั้นถึงเนินเขา มีความลาดชันประมาณ 80 - 100 เมตร พื้นที่ส่วนใหญ่จะถูกบุกรุก แผ้วถางทำไร่สับปะรด อ้อย ผักต่าง ๆ 2) พื้นที่แบบภูเขา ประกอบด้วยภูเขาแบบสูงชั้น และยังคงมีสภาพป่าธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้นป่าน้ำลำธาร ความลาดชันมากกว่า 35 เมตร และอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 750 เมตร ขึ้นไป

2.1.3 ที่ตั้งและอาณาเขต

อุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีพื้นที่ในความรับผิดชอบ 1,048.32 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 655,200 ไร่ (เป็นพื้นที่ที่คำนวณจากฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์) โดยรวมพื้นที่บางส่วนของโครงการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพป่าบริเวณป่าสงวนแห่งชาติป่ากุยบุรี อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งอยู่ระหว่างเตรียมการผนวกให้เป็นอุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีอาณาเขตติดต่อโดยทิศเหนือ ติดต่อกับพื้นที่เขตปลอดภัยในราชการทหาร ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทิศใต้ ติดต่อกับพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่ากุยบุรี ที่บริเวณด่านสิงขร ในเขตอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ ทิศตะวันออก ติดต่อกับพื้นที่บางส่วนของป่าสงวนแห่งชาติป่ากุยบุรี ที่ไม่ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ ในเขตอำเภอสามร้อยยอด และอำเภอกุยบุรี และทิศตะวันตกติดต่อกับประเทศเมียนมา

2.1.4 ทรัพยากรสัตว์ป่า

อุทยานแห่งชาติกุยบุรี เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งรวบรวมความลากหลายของสัตว์ป่าที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้วยความหลากหลายของระบบนิเวศส่งผลให้ประชากรของสัตว์ป่ามีความสำคัญต่อระบบนิเวศหลายชนิดดังนี้ สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม ได้แก่ ช้างป่า วัวแดง กระทิง เลียงผา เก้งหม้อ เก้ง เสือโคร่ง เสือดาว หมีควาย ค่างแว่น และชะนีธรรมดา ฯลฯ สัตว์ป่าสงวนที่สำรวจพบในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี สัตว์ป่าสงวน ได้แก่ แมวลายหินอ่อน พะยูน เก้งหม้อ นกกระเรียน เลียงผา กวางผา ละองหรือละมั่ง สมัน กูปรี ควายป่า แรด กระซู่ สมเสร็จ นกแต้วแล้วท้องดำ และ นกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร นกกาฮัง นกแก๊ก นกเงือกกรามช้าง นกเงือกสีน้ำตาล นกขุนทอง นกกะรางหัวขวาน นกกางเขนดง นกเขียวคราม ไก่ฟ้าหน้าเขียว ไก่ป่าตุ้มหูแดง ฯลฯ ผีเสื้อที่พบในเขตอุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีอยู่หลายชนิด ได้แก่ ผีเสื้อถุงทองปักษ์ใต้ ผีเสื้อหางติ่งสะพายเขียว ผีเสื้อหางติ่งนางระเวง จุดเด่นของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีคือมีประชากรช้างป่าไม่น้อยกว่า 250 ตัว ซึ่งพบบริเวณตอนกลางโดยรอบพื้นที่ที่ทำการอุทยานแห่งชาติกุยบุรี กระทิง พบว่ากระทิงจะออกมาหากินหญ้า และดินโป่ง โดยจะออกมาหากินหลังจากที่ช้างป่าออกมาหากินในบริเวณนั้นก่อน ซึ่งปัจจุบันมีกระทิงจำนวน 3 ฝูง ฝูงใหญ่จำนวน 86 ตัว และ ฝูงเล็กฝูงละประมาณ 30 กว่าตัวและพบว่ามีลูกกระทิงหลายตัว แสดงว่ามีการเจริญพันธุ์อย่างมาก คาดว่า มีกระทิงไม่น้อยกว่า 150 ตัว วัวแดง สำรวจพบ จำนวน 4 ตัว โดยเป็นเพศผู้ จำนวน 3 ตัว และเพศเมีย จำนวน 1 ตัว โดยพบว่าอาศัยรวมอยู่ในฝูงกระทิง เสือโคร่ง จำนวนเสือโคร่งในผืนป่ากุยบุรี เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มป่าแก่งกระจาน มี

ความสำคัญเป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย และมีความสำคัญเป็นอันดับ 4 ของโลก จากการสำรวจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549–ปัจจุบัน พบเสือโคร่งในพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี จำนวน 9 ตัว

2.1.5 แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอุทยานแห่งชาติกุยบุรี คือ กิจกรรมชมช้าง ป่า-กระทิง ที่บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานฯ ที่ กร. 1 (ป่ายาง) ใกล้บ้านรวมไทยตำบลหาดขาม อำเภอกุยบุรี ห่างจากที่ทำการอุทยานฯประมาณ 20 กิโลเมตร และนอกจากนี้ยังมี น้ำตกแพรกตะคร้อ ซึ่งเป็นน้ำตกขนาดเล็กทางตอนเหนือของพื้นที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรี เขตอำเภอปราณบุรีต่อกับอำเภอหัวหิน และน้ำตกดงมะไฟ ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 11 กิโลเมตร แต่การเดินทางเข้าน้ำตกยังค่อนข้างทุรกันดาร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2.2.1 ความเป็นมาและความหมายของสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ถ้าไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวก็ไม่มีที่ท่องเที่ยว ถ้าไม่มีการท่องเที่ยวก็ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นการพูดซ้ำซาก แต่การโต้แย้งดังกล่าวยังคงชี้ไปที่พื้นฐานความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวและความน่าดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว โดยพื้นฐานแล้วสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสถานที่ที่ไม่ใช่บ้าน และจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกจากบ้านของตนเอง เพื่อไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Lew, 1987) ซึ่งสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญในการท่องเที่ยว โดยในปี ค.ศ.1987 Collier and Harraway เป็นผู้ริเริ่มศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (3A’s) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ซึ่งเป็นรากฐานของวิวัฒนาการองค์ประกอบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน (พิมพ์วิภา ตราชูวนิช 2564) โดยในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงสิ่งดึงดูดใจเท่านั้น และด้านอื่นจะกล่าวในหัวข้อถัดไป ทั้งนี้ความหมายของสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวได้ถูกนิยามความหมาย ดังนี้

Collier, Ali, Mann, and Bansal (2020) กล่าวถึงสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความน่าสนใจของทั้งสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจเป็นสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

Pradana and Pantiyasa (2018) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวคือทุกสิ่งที่ดึงดูดในให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ประกอบด้วย 1) วัตถุและสิ่งอำนวยความสะดวกทางธรรมชาติ เช่น น้ำในสะอาด แสงแดด ภูมิทัศน์ พืชพรรณ สัตว์ป่า และอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น 2) ศูนย์สุขภาพทางธรรมชาติ เช่น น้ำแร่ธรรมชาติ บ่อโคลน และน้ำพุร้อน 3) ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา และ 4) วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณี

วัชรพล วรดิเรก (2558) อธิบายว่า สิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดของการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ การออกแบบและก่อสร้างทำให้เกิดสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น การรวมกลุ่มสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ต้องการรวมกลุ่มและต้องการทำกิจกรรมอื่นเสริมได้ การบริการทั้งด้านการเดินทาง อาหาร ที่พัก และสถานที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งในชนบทและในเมือง เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวได้ตามความต้องการและความสนใจ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย

จาง หลิง (2561) ให้ความหมายสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว คือ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรม วัฒนธรรม และขนมธรรมเนียมประเพณีสะท้อนถึงลักษณะเด่นของอารยธรรมท้องถิ่น ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม และสร้างประสบการณ์วันหยุดที่ดีเยี่ยมต่างจากที่อื่น นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีและประทับใจ ส่งผลให้ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวและไม่เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางอื่นในวันหยุดพักผ่อน

พรมิตร กุลกาลยืนยง (2564) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่นั้น แบ่งเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทรายชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นที่รู้จักและมีเอกลักษณ์ โดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปสถานที่นั้นได้

จากการศึกษาความหมายของสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว สรุปได้ว่า สิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น โดยความน่าสนใจอาจเกิดจากธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งด้านสถานที่ การให้บริการ กิจกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรม และขนมธรรมเนียมประเพณี เพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวในการพักผ่อน ซึ่งอาจส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

2.2.2 ประเภทของสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาความหมายสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวข้างต้น พบว่า นักท่องเที่ยวเกิดสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวจากให้เดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจากสิ่งต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ดังนี้ (Pradana & Pantiyasa, 2018)

1) ธรรมชาติ คือ ทรัพยากรที่งดงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ แหล่งน้ำ ป่าไม้ พืชพรรณ สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ เกาะแก่ง คลอง บึง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน และทะเล เป็นต้น

2) ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา คือ ทรัพยากรที่บอกเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณค่าและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณคดี เช่น วัด พระพุทธรูป ศาสนสถาน พระราชวัง โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน กำแพงเมือง เครื่องปั้นดินเผาโบราณ ศิลาจารึก เป็นต้น

3) ศิลปวัฒนธรรม ขนมธรรมเนียมประเพณี และเทศกาล คือ ทรัพยากรในรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ถ่ายทอดมรดกสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่า งานประเพณี ศิลปะการแสดง ศิลปหัตถกรรม การแต่งกายประจำถิ่น ภาษาพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน และสภาพบ้านเรือน เป็นต้น

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

Tikkanen (2007) ได้ศึกษาทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์กับการท่องเที่ยวด้านอาหารในประเทศฟินแลนด์จากกรณีศึกษา กล่าวถึง แรงจูงใจเป็นสิ่งที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติทำให้เกิดความต้องการและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้พัฒนามาจากพื้นฐานทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 1995) เป็นทฤษฎีแรงจูงใจทางจิตวิทยา ที่ถูกเสนอในรายงานเรื่อง “A theory of human motivation” โดย Abraham Maslow ในปี ค.ศ. 1943 โดยกรอบแนวคิดสำคัญของทฤษฎีมี 3 ประการ (Maslow, 1943) คือ

1. บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการเป็นเหตุจูงใจให้เกิดพฤติกรรม โดยความต้องการที่ยังไม่ได้รับการสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่เป็นเหตุจูงใจอีกต่อไป

2. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้น เรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐานจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน

3. ความต้องการขั้นต่ำได้รับการสนองตอบดีแล้ว บุคคลจะเกิดความต้องการในขั้นที่สูงขึ้นต่อไป

มาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการของมนุษย์เป็นขั้น จากขั้นต่ำที่สุดคือ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการความรักและความผูกพันธ์ (Love and belongingness needs) ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem needs) ตามลำดับ จนถึงขั้นสูงสุดคือ ความต้องการได้รับความสำเร็จ (Self-actualization needs) (McLeod, 2018)

เลิศพร ภาระสกุล (2559) ได้อธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดของมาสโลว์ ตามความต้องการขั้นต่ำต้องได้รับการสนองตอบจนพอใจก่อน จากนั้นบุคคลจะมีความต้องการขั้นที่สูงขึ้น แบ่งเป็น 5 ขั้น ดังนี้

ขั้น 1 ผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่เกิดจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อน หรือการผ่อนคลายอารมณ์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่เริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยวอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการในการพักผ่อน หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายและได้รับความเพลิดเพลิน นับเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานในลำดับความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs)

ขั้น 2 ถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่กำหนดจากทั้งนักท่องเที่ยวและผู้อื่น ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย หากนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์มากขึ้นในการท่องเที่ยว เขาจะได้รับแรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น ความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพ เนื่องจากความเครียดจากการทำงานที่จะสร้างความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะทองเที่ยวเที่ยวเพื่อลดความเครียดให้กับตัวเอง ซึ่งเป็นขั้นที่อยู่ในลำดับความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)

ขั้น 3 สร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เป็นขั้นที่กำหนดจากทั้งนักท่องเที่ยวและผู้อื่น ได้แก่ การมอบและการได้รับความรัก ความรู้สึกดีให้กับผู้อื่น การรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกับสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หลังจากที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวจะได้รับแรงจูงใจขั้นที่สูงขึ้น โดยการท่องเที่ยวเพื่อได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มสังคม ทำให้สามารถรักษาสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่มได้ ซึ่งเป็นขั้นที่อยู่ในลำดับความต้องการความรักและความผูกพันธ์ (Love and belongingness needs)

ขั้น 4 ความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง เป็นขั้นที่กำหนดจากนักท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาทักษะของตนเอง ความสนใจเป็นพิเศษ หรือการพัฒนาความสามารถในด้านในด้านหนึ่ง และเป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยผู้อื่น เช่น การได้รับรางวัล ได้รับเกียรติ ความหลงใหลในการท่องเที่ยว ความภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้ชำชองในการท่องเที่ยว เป็นขั้นที่บุคคลได้รับแรงจูงใจเพื่อเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกได้พัฒนาตนเอง เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจ หรือรู้สึกภูมิใจจากการเป็นผู้มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นขั้นที่อยู่ในลำดับความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem needs)

ขั้น 5 บรรลุความปรารถนา เป็นขั้นที่ไม่ได้กำหนดขึ้นจากผู้ใด แต่เป็นขั้นที่บรรลุตามสิ่งที่ใฝ่ฝัน มีความเข้าใจในตนเองมากขึ้น ได้พบความสงบสุขภายในจิตใจ เป็นขั้นที่แรงจูงใจเกินจากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางไปสถานที่แห่งหนึ่ง เป็นการบรรลุสิ่งที่ใฝ่ฝันไว้ ทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งเป็นขั้นที่อยู่ในลำดับความต้องการได้รับความสำเร็จ (Self-actualization needs) (McLeod, 2018)

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว กล่าวสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวถือเป็นแรงผลักให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการตามลำดับความต้องการพื้นฐานตั้งแต่ความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและความผูกพัน การยกย่องนับถือ จนถึงความต้องการได้รับความสำเร็จตามที่ปรารถนา ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมและเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ตามความต้องการเพื่อบรรลุเป้าหมายของตนเอง

2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ มีดังนี้

Pradana and Pantiyasa (2018) ศึกษาพิธีเฉลิมฉลองมาโกเต็ก ในหมู่บ้านมุงกุ เขตบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวคือ การเดินขบวนพาเหรดไปรอบ ๆ หมู่บ้านเพื่อเฉลิมฉลองมาโกเต็กซึ่งเป็นพิธีเฉลิมฉลองชัยชนะให้นักรบบาหลี นักท่องเที่ยวมีความสนใจชมพิธีเฉลิมฉลองมาโกเต็ก เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมประเพณีที่มีอุดมการณ์และมีความสวยงาม ซึ่งในปัจจุบันพิธีนี้สามารถสนับสนุนเศรษฐกิจและเสริมสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับชุมชนผ่านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ซึ่งการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ และการศึกษาวรรณคดี วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้สหวิทยากร (Interdisciplinary Approach)

ธนิต บุตรทิพย์สกุล (2558) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัด ในจังหวัดน่าน พบว่า สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูมิทัศน์ที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และต้องการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีระยะเวลาส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยว 3 – 4 วัน และส่วนใหญ่เยี่ยมชมวัดในจังหวัดน่านเป็นครั้งแรกมีความรู้สึกประทับใจและสบายใจในการชมสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม โดยพระวิหารหลวงของวัด เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ ในการสำรวจนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ และหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในวัด จังหวัดน่าน โดยหาค่า Chi-Square กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุรเชษฐ์ อ่ำสั้น (2560) ศึกษาแนวทางการสนับสนุนการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากและส่งผลให้กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ คือ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแนวทางสนับสนุนการกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ ชุมชนควรรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ

และอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม 5 ระดับ (ระดับ 5 หมายถึง กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน ระดับ 4 หมายถึง อาจจะกลับมาเที่ยวซ้ำ ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง อาจจะไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ และระดับ 1 หมายถึง ไม่กลับมาเที่ยวซ้ำแน่นอน) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที

ณหทัย มุขดีสุทธวัฒน์ (2565) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านประวัติศาสตร์ และกิจกรรม ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ อยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้ด้านธรรมชาติมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรม และประวัติศาสตร์ ตามลำดับ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้สิ่งดึงดูทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาในการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบหลายตัวแปร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่มีการศึกษาสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และแบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที ค่า Chi-Square และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบหลายตัวแปร ขึ้นอยู่กับลักษณะตัวแปรและคำถามวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Staff and Access)

2.3.1 ความหมายของการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2556) ให้ความหมายเจ้าหน้าที่ไว้ 2 ความหมาย คือ ผู้มีหน้าที่และผู้ปฏิบัติหน้าที่

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2565) ให้ความหมายพนักงานหรือลูกจ้าง คือ ผู้ซึ่งตกลงทำงานให้แก่นายจ้างเพื่อรับค่าจ้าง ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง การคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2515 กำหนดไว้ว่า “ลูกจ้าง” หมายความว่า ผู้ซึ่งตกลงทำงานให้แก่นายจ้างเพื่อรับค่าจ้างไม่ว่าจะเป็นผู้รับค่าจ้างด้วยตนเองหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว แต่ไม่รวมถึงลูกจ้างซึ่งทำงานเกี่ยวกับงานบ้าน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่ คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้ตกลงทำงานให้กับนายจ้าง เพื่อรับค่าจ้าง จะเป็นเจ้าหน้าที่ประจำ พนักงานประจำ หรือเจ้าหน้าที่ชั่วคราว พนักงานชั่วคราวก็ได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังนั้นพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานที่มีลักษณะงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ และ (Grenčíková, Vojtovič, & Gullerová, 2013) กล่าวว่า พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นผู้ที่ต้องติดต่อกับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ พนักงานจึงจำเป็นต้องให้บริการท่องเที่ยวและมีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นความเชี่ยวชาญ คุณสมบัติ และทักษะต่าง ๆ เช่น ทักษะด้านภาษา ความเห็นอกเห็นใจ ความกล้าแสดงออก จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี และเกิดความรู้สึกประทับใจในการท่องเที่ยว นอกจากนี้การสื่อสารกับพนักงานที่มีทักษะด้านภาษา จะส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้และอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรคัดเลือกและสรรหาพนักงานที่มีความสามารถและมีคุณสมบัติที่เหมาะสม

ในส่วนความหมายของการเข้าถึง มีนักวิจัยหลายท่านกำหนดให้การเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว โดยมีความหมายดังนี้

Tóth and Dávid (2010) กล่าวว่า การเข้าถึงเป็นการกำหนดระยะทางในการเดินทางที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยระบบขนส่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งการขนส่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว

Celata (2007) กล่าวว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แต่ระยะทางในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเพียงหนึ่งในหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมีการพัฒนา แม้จะตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกล การ

เข้าถึงสถานที่เข้าถึงได้ยาก แต่เราสามารถพัฒนาปัจจัยอื่นจนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นแหล่งดึงดูดใจได้

ธนิต บุตรทิพย์สกุล (2558) ให้ความหมาย การเข้าถึง คือ เส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งกับที่หนึ่ง ซึ่งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน และต้องมีที่จอดรถ หรือสถานีรถไฟ หรือท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน เพื่อให้การขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างปลอดภัย

มนต์ธร ตั้งภาณุกุล (2562) กล่าวว่า การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ได้แก่ เส้นทางคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาการจราจร

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การเข้าถึง หมายถึง การเดินทางโดยระบบขนส่งของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2.3.2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่

เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปฏิบัติงานในลักษณะการให้บริการ พนักงานจึงจำเป็นต้องมีความสามารถและคุณสมบัติที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้เป็นประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลก เนื่องจากพนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2563) ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการในการจ้างงาน พนักงานควรมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ (จริยา ตันติวราชัย และอนุชิต จันทรโรทัย, 2560) ดังนี้

1) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ได้แก่ กระตือรือร้นต่อการปฏิบัติงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ควบคุมอารมณ์ได้ดี พัฒนาตนเองอยู่เสมอ แสดงออกในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

2) คุณธรรม จริยธรรม และบุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ มีความซื่อสัตย์และรับผิดชอบในหน้าที่ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ กิริยาท่าทางสุภาพเรียบร้อย สง่าผ่าเผย ขยันและอดทน แต่งกายเรียบร้อยเหมาะสมกับภาระงานที่รับผิดชอบ มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน และเสียสละอุทิศตนแก่ประโยชน์ส่วนรวม

3) ทักษะด้านปัญหาและความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ สามารถทำงานสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย ผลงานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีกระบวนการคิด

อย่างมีเหตุผลเป็นระบบ สามารถลำดับความสำคัญงานได้ วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ มีวิจารณญาณและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ หลีกเลี่ยงคำกล่าวปฏิเสธและการโต้แย้ง

4) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ สามารถติดต่อสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ พูดจาชัดเจนมีหางเสียง มีความสามารถด้านคอมพิวเตอร์ มีทักษะด้านภาษาไทยที่ดี และสามารถใช้อุปกรณ์สำนักงานได้

5) ความรู้และความสามารถด้านวิชาการ ได้แก่ มีความรู้รอบตัวที่จำเป็นในงาน มีความถนัดในงานที่ปฏิบัติ มีความสามารถทางวิชาการตามสาขาที่เรียน สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับงานได้ และเชี่ยวชาญในงานที่ได้รับมอบหมาย

2.3.3 ประเภทของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงพื้นที่หรือสถานที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย ควรคำนึงถึงการคมนาคมขนส่ง การเชื่อมต่อและความสัมพันธ์ของระบบการเดินทางที่หลากหลาย รวมถึงการกำหนดเส้นทางหลวงใหม่ โดยสามารถแบ่งประเภทการเข้าถึงเป็น 3 ประเภท (วศิน เพชรพงศ์พันธ์, 2565) ดังนี้

1) การเข้าถึงสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางบก คือ การตัดและสร้างถนน เพื่อขยายเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บริการรถเช่า รถนำเที่ยว และรถรับจ้าง เป็นต้น

2) การเข้าถึงสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ คือ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางทางน้ำ และการนำพาหนะขนส่งทางน้ำมาให้บริการ รวมถึงการบริการขนส่งทางเรือ เช่น การขนส่งสินค้าทางเรือ และการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น

3) การเข้าถึงสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางอากาศ คือ การพัฒนาปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งที่มีความปลอดภัยและสะดวก มีการจัดเที่ยวบินและที่นั่งให้เพียงพอให้นักท่องเที่ยว และกำหนดอัตราค่าโดยสารที่น่าสนใจ

2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีดังนี้

Grenčíková et al. (2013) ศึกษาคุณสมบัติพนักงานและคุณภาพของบริการทางการท่องเที่ยวในแคว้นนีตรา ประเทศสโลวาเกีย พบว่า การให้บริการของพนักงานในแคว้นนีตราค่อนข้างอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสัมพันธ์กับการเข้าพัก อาหารและการจัดเลี้ยง การขนส่ง การจัดการ และงานกีฬา วัฒนธรรม และเทศกาลการท่องเที่ยว เนื่องจากพนักงานขาดความเหมาะสมและคุณสมบัติจำเป็น รวมถึงผู้ประกอบการไม่สนใจพัฒนาพนักงาน ส่วนใหญ่ขาดโอกาสทางอาชีพ ได้รับค่าตอบแทนไม่

เพียงพอ และขาดการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาลักษณะการทำงานของพนักงานท่องเที่ยว จากนั้นมีการวิจัยเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการของพนักงานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วัชระ ยี่สุ่นเทศ และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวของธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสะดวกสบายของช่องทางติดต่อ การเอาใจใส่การให้บริการ การให้บริการของว่างและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ ช่วงเวลาในการให้บริการ และความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งแบบตรวจสอบรายการ และแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และการทดสอบความสัมพันธ์เพียร์สัน

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2564) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

รัมภ์รดา สารอูป และมณฑกาณติ ชุบชูวงศ์ (2564) ศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ณ บ่อน้ำพุร้อนฝาง อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาษาไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และแบบสอบถามภาษาอังกฤษ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ แจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ แนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำ และระดับความพึงพอใจต่อการกลับมาเยือนซ้ำ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์การถดถอย การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

สำราญ ทองเกิด และคณะ (2565) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติรามคำแหง ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว และมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/พักฟื้น โดยมีลักษณะการพักแรมเป็นเต้นท์เช่าของอุทยาน และนักท่องเที่ยวมีความพึง

พอใจด้านบุคลากรและการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามทั้งแบบคำถามปลายปิด ใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ และคำถามปลายเปิด และวิเคราะห์ข้อมูลจากหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การทดสอบที และการทดสอบเอฟ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในการให้บริการ และปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามลักษณะเป็นคำถามปลายปิด คำถามปลายเปิด แบบตรวจสอบรายการ และแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ การทดสอบที การทดสอบเอฟ การวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความสัมพันธ์เพียร์สัน รวมถึงมีการวิจัยแบบผสมผสาน ที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาลักษณะการทำงานของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มเติม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (Facilities)

2.4.1 ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

Sukmawati, Ernawati, and Nadra (2018) กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากบ้าน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ ป้าย ร้านค้า ร้านอาหาร คาเฟ่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โทรคมนาคม และการบริการฉุกเฉิน เป็นต้น

Green (2001) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกสามารถให้ประโยชน์กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง ทั้งจากทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้าง ซึ่งเป็นการกำหนดความน่าอยู่อาศัยของสถานที่ได้ เช่น สัตว์ป่า พันธุ์ไม้ แหล่งนันทนาการ การเกษตร ภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ การตั้งถิ่นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ สังคม และวัฒนธรรมประเพณี จึงเป็นเหตุผลที่ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละสถานที่มีมูลค่าแตกต่างกัน ตามการตอบสนองต่อความต้องการและการเห็นคุณค่าของนักท่องเที่ยว

จักรกฤษณ์ แสนพรหม (2556) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายและสร้างความประทับใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยวนานวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่รองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางมีความสะดวกสบายและปลอดภัย

ณัฏฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2562) ให้ความหมายสิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสร้างความสะดวกสบาย หรือเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ธนานพ เอื้ออารี และสุวัฒนา ธาดานิติ (2562) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งต้องคำนึงถึงความเพียงพอและเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัยของชีวิตนักท่องเที่ยว และความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ

จากการศึกษาความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก สรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเยือนซ้ำ

2.4.2 ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

Mill (1990) กล่าวว่า สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยวคือ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง เพราะนักท่องเที่ยวต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าการอยู่บ้าน สามารถแบ่งสิ่งอำนวยความสะดวกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) ที่พัก เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและเสียค่าใช้จ่ายคิดเป็นหนึ่งในสี่ถึงห้าส่วนของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีที่พักที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท และแคมป์

2) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่คุ้นเคย แต่สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการสร้างความต้องการสินค้าท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

3) การบริการสนับสนุน ได้แก่ ร้านของที่ระลึก ร้านค้าปลอดภาษี ร้านซักรีด ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว

4) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบน้ำประปา เครือข่ายการสื่อสาร สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุภาพ สถานีขนส่ง แหล่งพลังงาน ถนน ทางหลวงพิเศษ และระบบรักษาความปลอดภัย

ชลลดา มงคลวนิช (2556) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เป็น 10 ประเภท ได้แก่ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ระบบกำจัดขยะ ระบบบำบัดน้ำเสีย ห้องสุขา ป้ายสื่อความหมาย คู่มือการศึกษาธรรมชาติ โปรแกรมการสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พัก และป้อมยาม/ด่านตรวจ

ปุณยวีร์ ศรีรัตน์ (2559) จำแนกสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวออกเป็น 14 ประเภท ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก โทรศัพท์สาธารณะ ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายสื่อความหมาย ร้านขายสินค้า ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว การจำแนกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายกับ (อิศรา กันแตง, 2558) ที่จำแนกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 15 ด้าน ซึ่งมีการกล่าวถึงด้านสถานที่จอดรถ และสภาพถนน แต่ไม่กล่าวถึงด้านระบบไฟฟ้า

2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีดังนี้

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2559) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเขาปู่ เขาย่า จังหวัดพัทลุง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกายภาพในระดับมาก เพราะอุทยานเขาปู่ เขาย่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถานที่สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐาน สถานที่จอดรถ จุดชมวิว สถานที่พัก และห้องน้ำ สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลักษณะแบบเลือกตอบ และแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบด้วยสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ วิธีของ Scheffe

มณเฑียร วิริยะพันธุ์ (2562)ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับครอบครัว และเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบมาก่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยาน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ ในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2561 จำนวน 358 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบที การทดสอบเอฟ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

วิริยะพันธุ์ วนาลี (2563)ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมาท่องเที่ยวกับครอบครัว และมีความรู้สึกพึงพอใจในการจัดการด้านบุคคล ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาเยือนชาวไทยที่ได้เยี่ยมชมในพื้นที่เสร็จสิ้นแบบกระจายทุกกลุ่ม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่เป็นคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ และ

วิเคราะห์ข้อมูลจากการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย การทดสอบที และการทดสอบเอฟ

เพียงใจ คงพันธ์ (2564) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาศูนย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปรับปรุงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

กนกพร กิ่งเกตุ และวรรณารักษ์ จันทร์เพ็ญ (2565) ศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 พบว่า ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้านสิ่งก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน จากแบบสอบถามที่มีคำถามชนิดปลายปิด มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเพื่อหาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ แบบปลายปิด และแบบสัมภาษณ์ ที่ใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบที การทดสอบเอฟ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบด้วยสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Information)

2.5.1 ความหมายของแหล่งข้อมูล

การหาข้อมูลในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างมาก อีกทั้งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อาจจะได้รับประสบการณ์ทางบวกหรือทางลบ ซึ่งจะอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวตลอดไป ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะทราบถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางนั้นอาจเกิดจากการมีความรู้ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น (Sparks & Tideswell, 2003) ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องจัดเตรียมข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ และมีการเผยแพร่ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และสำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งสำนักงานย่อยกระจายทั่วภูมิภาค เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมในท้องถิ่นสู่สาธารณชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว (ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน, 2565)

เมื่อจำแนกแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้จาก 2 แหล่งหลัก ๆ ดังนี้ (Bargeman & van der Poel, 2006)

1) แหล่งข้อมูลภายในตัวบุคคล หมายถึง ความรู้ และประสบการณ์ภายในตัวของบุคคล

2) แหล่งข้อมูลภายนอกตัวบุคคล หมายถึง แหล่งข้อมูลสื่อกลาง เช่น แหล่งข้อมูลจากการโฆษณาของบริษัทนำเที่ยวที่หวังผลประโยชน์ทางการค้า แหล่งข้อมูลของหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพื่อการค้า แหล่งข้อมูลทางสังคม อาทิ ครอบครัว และเพื่อน เป็นต้น และแหล่งข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ (พัฐชญาณ์ แซ่โง้ว, 2559) ได้แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 4 แหล่ง แต่มีความสอดคล้องกัน ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความรู้เดิมจากการหาข้อมูลในอดีต ทั้งโดยเจตนาหรือโดยบังเอิญ และความทรงจำเกี่ยวกับประสบการณ์เดิมของตนเอง

2) แหล่งข้อมูลเพื่อการค้า เป็นการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมและรายการส่งเสริมการขาย โดยมีเป้าหมาย คือ การสร้างรายได้และกำไร เช่น บริษัทนำเที่ยว ผู้ให้บริการด้านการเดินทางขนส่ง และผู้ให้บริการด้านที่พัก

3) แหล่งข้อมูลบุคคล เกิดจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในอดีตหรือความรู้เดิมที่มีอยู่แล้วของบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน และผู้นำทางความคิด เป็นต้น โดยที่บุคคลเหล่านี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

4) แหล่งข้อมูลสาธารณะ เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตยิ่งขึ้น จากการเป็นแหล่งข้อมูลที่ชักจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยไม่ได้หวังผลทางรายได้หรือกำไร เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แบะบทความในนิตยสาร เป็นต้น

จากการศึกษาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า แหล่งข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แหล่งหลัก ๆ ได้แก่ แหล่งข้อมูลภายในตัวบุคคล และแหล่งข้อมูลภายนอกตัวบุคคล ซึ่งหากต้องการให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว หรือต้องการกลับมาเยือนซ้ำ การได้รับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ และจากการได้รับประสบการณ์ทางบวกในการท่องเที่ยว สามารถสร้างความต้องการและความประทับใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล มีดังนี้

Wang (2015) ศึกษาการรับรู้ของผู้มาเยือนและความพึงพอใจของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาของอุทยานแห่งชาติไท่เจียง ไต้หวัน พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมัคคุเทศก์มีความจำเป็นอย่างมากในการสื่อสารและแนะนำข้อมูลต่าง ๆ ในการมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการทดสอบที

จิดาภา เอกอินทร์ (2562) ศึกษาแหล่งข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงโสด โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงโสด อายุ 25 – 45 ปี พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศของนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งมักเดินทางร่วมกับเพื่อน วางแผนและจัดการเดินทางด้วยตนเองมากที่สุด และท่องเที่ยวทั้งวันธรรมดาและวันหยุด และใช้แหล่งข้อมูลเว็บไซต์สำหรับค้นหาและดูแผนที่อยู่ในระดับบ่อย โดยเนื้อหาข่าวสารท่องเที่ยวที่ใช้เป็นประจำ คือ ข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางทั่วไป ที่พัก และการเตรียมตัวก่อนเดินทาง เป็นการวิจัยแบบการผสมผสาน เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวผู้หญิงโสด จากนั้นดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม แบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ที่พัฒนาจากการสัมภาษณ์ สำรวจทางออนไลน์ร่วมกับการเก็บข้อมูลภาคสนาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ประภัสศรี โคทส์ (2562) ศึกษาการพัฒนารูปแบบการบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า การบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นการบริการสารสนเทศพื้นฐานแบบเผชิญหน้า ได้แก่ บริการตอบคำถาม บอกเส้นทาง ให้แผนที่ และสืบค้นข้อมูลออนไลน์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ การให้บริการสารสนเทศเฉพาะกลุ่ม โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณที่จ้างบุคลากร ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบอุปนัย

ถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ และวีระยุทธ พิมพาภรณ์ (2565) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว โดยความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

นิรุตต์ จรเจริญ (2564) ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์บริการข้อมูล 3 ภาษาเพื่อสนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตเมืองกาญจนบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล พบว่า เว็บไซต์ให้บริการข้อมูล 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ จีน และรัสเซีย สนับสนุนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตเมืองกาญจนบุรี ซึ่งมีผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ และผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ แบบประเมินประสิทธิภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินความพึงพอใจแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ สำหรับผู้ใช้งาน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นการศึกษาในหลายรูปแบบ ทั้งการศึกษาเพื่อหาความพึงพอใจในการได้รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการข้อมูล และสื่อดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางในการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยมี

การใช้ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยแบบผสมผสานขึ้นอยู่กับวิธีการดำเนินการวิจัยของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยส่วนใหญ่ได้ใช้แบบสอบถาม แบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ การทดสอบที การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถอถอยเชิงพหุ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบอุปนัย

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Environment)

2.6.1 ความหมายของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชีวิตมนุษย์ทุกคน เนื่องจากมนุษย์ทุกคนอาศัยอยู่และพึ่งพาสิ่งแวดล้อมรอบตนเองในการดำรงชีวิต ในขณะเดียวกัน บางครั้งมนุษย์เองก็เป็นผู้สร้าง หรือดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย โดยความหมายของสิ่งแวดล้อมนั้นค่อนข้างกว้างซึ่งได้มีนักวิจัยและนักวิชาการหลายจำนวนมากให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้หลากหลายแง่มุมด้วยกัน (เสรี วรพงษ์, 2557) ได้ให้ความหมาย “สิ่งแวดล้อม” ว่าเป็นสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น โดยอาจให้ประโยชน์และโทษ มีทั้งสิ่งที่สามารถเห็นและไม่เห็นด้วยตาเปล่า เป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม รวมถึงอาจจะหมายถึงสิ่งเป็นพิษ และไม่เป็นพิษ ซึ่งทำให้เห็นว่าความหมายของสิ่งแวดล้อมนั้นค่อนข้างกว้างและครอบคลุมสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวมนุษย์ และสามารถเป็นได้หลากหลายรูปแบบซึ่งล้วนแต่มีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่

ดนัย บวรเกียรติกุล (2561) ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมว่า สิ่งแวดล้อมคือทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวมนุษย์ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและมีผลกระทบต่อชีวิตของมนุษย์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สุกิจ ชัยมุสิก (2560) ที่มองว่าสิ่งแวดล้อมเป็นวงจรหรือวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกันไปทั้งระบบ แบ่งออกเป็นลักษณะกว้างๆ ได้ 2 ส่วน ได้แก่ 1) สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ดิน น้ำ อากาศ ทรัพยากร 2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ชุมชนเมือง สิ่งก่อสร้าง ศิลปกรรม ประเพณี และวัฒนธรรม

ดังนั้น จากความหมายดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมคือทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ โดยเป็นได้ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ การดำรงอยู่ของสิ่งแวดล้อมจึงส่งผลกระทบต่อชีวิตของมนุษย์พี่ต้องอาศัยพึ่งพาสิ่งแวดล้อมในการดำรงชีวิต

2.6.2 ประเภทและลักษณะสำคัญของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมสามารถแบ่งประเภทได้อย่างกว้างๆ ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ลำธาร และ (2) สภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ตึก หนังสือ เสื้อผ้า นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมยังแบ่งตามลักษณะได้ออกเป็นสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ และสภาพแวดล้อมที่เป็นนามธรรม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี โดยสิ่งแวดล้อมต่างมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ (ปุณยวีร์ ศรีรัตน์, 2559)

สำหรับลักษณะสำคัญของสภาพแวดล้อม (เสรี วรพงษ์ และยรรยงศ์ อัมพวา, 2562) ได้กล่าวถึงลักษณะหรือคุณสมบัติสำคัญของสิ่งแวดล้อมทั้งหมด 7 ประการ ได้แก่ การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การไม่อยู่โดดเดี่ยว การมีความต้องการสิ่งแวดล้อมอื่น การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม การมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน การมีความทนทานและความเปราะบาง และการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กล่าวคือ สิ่งแวดล้อมทุกแต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัวของตัวเอง

2) การไม่อยู่โดดเดี่ยว สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปมักจะไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว จะต้องมีสิ่งแวดล้อมอื่นอยู่ด้วยด้วยเสมอ เช่น ปลากับน้ำ ต้นไม้กับดิน เป็นต้น

3) การมีความต้องการสิ่งแวดล้อมอื่นเสมอ สิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทจะมีความต้องการสิ่งแวดล้อมอื่นเสมอเพื่อความอยู่รอดและรักษาสถานภาพตนเอง เช่น สัตว์น้ำต้องการน้ำ มนุษย์ต้องการที่อยู่อาศัย และยารักษาโลก เป็นต้น

4) การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มหรือระบบนิเวศ โดยภายในระบบนิเวศจะมีองค์ประกอบ และมีหน้าที่เฉพาะของตัวเอง

5) การมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ ล้วนมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันอย่างแยกขาดกันไม่ได้ และส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังนั้น เมื่อทำลายสิ่งแวดล้อมหนึ่งก็จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เป็นลูกโซ่เสมอ เช่น การตัดต้นไม้ย่อมส่งผลให้การผลิตออกซิเจนลดลงและการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลดลงย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาโลกร้อนตามมา เป็นต้น

6) สภาพแวดล้อมแต่ละประเภทจะมีลักษณะความทนทานและความเปราะบางต่อการถูกกระทบแตกต่างกัน

7) สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ซึ่งเป็นได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงแบบชั่วคราวและถาวร

ดังนั้น จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า ประเภทของสภาพแวดล้อมได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยสภาพแวดล้อมจะมีลักษณะสำคัญนั่นคือ สิ่งแวดล้อมทุกที่ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมักจะอาศัยและพึ่งพาสิ่งแวดล้อมอื่นอยู่เสมอ โดยแต่ละส่วนจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทำให้ไม่สามารถแบ่งแยกหรือขาดกันได้อย่างชัดเจนทำให้การกระทำต่อสิ่งหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อการเป็นลูกโซ่เสมอซึ่งการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาโดยสามารถเป็นได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวและการเปลี่ยนแปลงถาวร

2.6.3 ความสำคัญของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งย่อมมีสภาพแวดล้อมเป็นส่วนประกอบสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจและต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในสถานท่องเที่ยวนั้น โดยจากความหมายของสภาพแวดล้อมข้างต้น ทำให้ทราบว่า สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงนั้น มีทั้งสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น อีกทั้งยังมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละสถานที่ ซึ่งสภาพแวดล้อมเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อความพึงพอใจ หรือความต้องการในการเดินทางมาเที่ยวนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่จูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ‘‘สภาพแวดล้อมและทิวทัศน์ที่สวยงาม’’ ของสถานที่ท่องเที่ยว (Qu & Ping, 1999) นอกจากความสวยงามแล้ว สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวควรสะอาดและไร้มลพิษ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่สนใจในเรื่องของสุขภาพให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (DuangnapaSuwannatada & Chaisanit, 2021)

นอกจากสภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อาทิเช่น วิวทิวทัศน์ หรือลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว สิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และมีลักษณะเป็นนามธรรมอย่างประเพณีและวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจด้วยเช่นเดียวกัน โดยอิทธิชัย แก่นวงศ์คำ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจใน ด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เป็นเพราะว่าจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทาง ประเพณีวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มากมายเช่นวนอุทยานโกสัมพี อุทยานมัจฉาโขงกุดหวายที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์และเต็มไปด้วยสัตว์ป่ามากมาย จึงทำให้เห็นว่า สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนส่งผลต่อความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยว

ดังนั้น สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมทั้งสิ่งที่ธรรมชาติสร้างขึ้นหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจึงควรได้รับการดูแลให้มีความสวยงาม และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourism Satisfaction)

2.7.1 ความหมายของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการวิจัยการท่องเที่ยวมาจากคำว่า “ความพึงพอใจของลูกค้า” ในการวิจัยด้านการตลาด ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาความหมายตามแนวคิดทางจิตวิทยา ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับที่ความปรารถนา ความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้คนสามารถบรรลุได้ หรือที่ผู้คนสามารถได้รับความสุขจากสิ่งของหรือกิจกรรม และแนวคิดสามารถแบ่งออกเป็นความพึงพอใจโดยรวมและความพึงพอใจของคุณลักษณะ (Du, Zhang, & Yang, 2020) นักวิชาการหลายท่านให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจอาจได้รับอิทธิพลจากสภาวะทางสังคมและจิตวิทยา เช่น อารมณ์ อุปนิสัย และความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยหรือเหตุการณ์ภายนอก เช่น สภาพภูมิอากาศและปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มสังคมที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ให้บริการ การเข้าใจสิ่งที่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยว สามารถมีช่วยให้เกิดการพัฒนาการให้บริการในด้านการท่องเที่ยว (Digun-Aweto, Fawole, & Van Der Merwe, 2019)

อีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือ ขอบเขตของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การเดินทางเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ดังนั้น ความพึงพอใจของจึงเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนและหลังการบริโภค หรือกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นสัมพันธ์กับความคาดหวังก่อนการเดินทางและประสบการณ์หลังการเดินทาง นักท่องเที่ยวพึงพอใจเมื่อประสบการณ์เหนือความคาดหมาย (Williams, 2005)

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า ความหมายของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่เกิดขึ้นหลังการท่องเที่ยว โดยเกิดจากการที่ความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองหรือมีความสอดคล้องกับประสบการณ์ที่ได้รับและการท่องเที่ยว

2.7.2 ความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสำคัญมากต่อผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นความสำเร็จของกิจกรรมการท่องเที่ยว (Slabbert, Du Plessis, & Digun-Aweto, 2021) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ให้บริการเห็นภาพที่ชัดเจนของการให้บริการและวิธีปรับปรุงบริการให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นแนวคิดหลักสำคัญด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง การบริโภคสินค้าและบริการ และการตัดสินใจเดินทางกลับมา หรือความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ ความพึงพอใจเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของกิจกรรมภาคการท่องเที่ยวที่สำคัญที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการมีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด (Puh, 2014) ดังนั้น ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากส่งผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และการบริโภคสินค้าและบริการ ตลอดจนการตัดสินใจในอนาคตของนักท่องเที่ยวที่จะกลับไปเยือนจุดหมายปลายทางอีกครั้ง Williams (2005)

นอกจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้เห็นถึงคุณภาพในการบริการ หรือเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของการบริการแล้ว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยังช่วยให้เกิดการเล่าต่อในเชิงบวกถึงสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกด้วย โดย (De Nisco, Mainolfi, Marino, & Napolitano, 2015) พบว่า ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวของมีอิทธิพลในทางบวกต่อความตั้งใจที่จะมาเยือนซ้ำ และการกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงบวกต่อในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้น การที่ได้รับประสิทธิภาพของสินค้าและบริการตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภคย่อมมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และการบรรลุความพึงพอใจของลูกค้า คือกุญแจไปสู่การได้รับความภักดีของผู้บริโภค และเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าได้ (Adinegara, 2019)

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และเป็นเสมือนปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวและการบริการ โดยเป็นทั้งตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพในการให้บริการ และยังช่วยทำให้เกิดความต้องการในการบริโภคสินค้า การเลือกจุดหมายปลายทาง ตลอดจนความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยในการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

2.7.3 การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีการวัดหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ในการวิจัยการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใช้เพื่อวัดความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว หากระดับของประสบการณ์การเดินทางสูงกว่ามูลค่าปลายทางที่คาดไว้ นักท่องเที่ยวจะเกิดพึงพอใจ อาจกล่าวได้ว่า การศึกษานี้จึงถือว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นความแตกต่างระหว่างมูลค่าความคาดหวังของกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกับการรับรู้ถึงประสิทธิภาพที่แท้จริง (Zhang, Wu, & Buhalis, 2018)

นักวิชาการบางส่วนกล่าวถึงความยากสำหรับการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยการวัดการรับรู้ของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องที่ซับซ้อนอย่างยิ่ง และมีความเป็นอัตวิสัย เนื่องจากแต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การวัดการรับรู้ของยังท้าทายมากขึ้นสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งทำให้อธิบายและประเมินได้ยากกว่าการบริการอื่น ๆ (Williams, 2005)

ในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้การวัดจากความคาดหวัง ซึ่งผู้บริโภคมีความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จะได้รับก่อนที่จะตัดสินใจซื้อหรือจ่ายเงิน จากนั้นผู้บริโภคจะเปรียบเทียบความคาดหวังของตนกับประสิทธิภาพจริง หากประสิทธิภาพจริงดีกว่าที่คาดไว้ ผู้บริโภคจะได้รับการยืนยันในเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจและยินดีที่จะซื้อหรือใช้บริการซ้ำ หากประสิทธิภาพแย่กว่าที่คาดไว้ แสดงว่าผู้บริโภคมีการยืนยันเชิงลบ ซึ่งหมายความว่าผู้บริโภคไม่พอใจ และมองหาทางเลือกอื่นในการซื้อหรือใช้บริการในครั้งต่อไป (Adinegara, 2019)

สำหรับรูปแบบการวัดส่วนใหญ่ใช้แบบสอบถามในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยข้อคำถามส่วนใหญ่เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้สึก เช่น รู้สึกพึงพอใจกับประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ (De Nisco, Papadopoulos, & Elliot, 2017) รวมถึงการวัดด้วยการใช้การวิเคราะห์จากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและประสิทธิภาพจริง

จึงเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่เป็นการวัดจากความรู้สึกของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งมีความยากในการวัด เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันนอกจากนี้ยังมีการวัดด้วยการวิเคราะห์จากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพหรือประสิทธิภาพจริงของสถานที่ท่องเที่ยวและการให้บริการ

2.7.4. องค์ประกอบในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการสร้างเครื่องมือและกำหนดองค์ประกอบในการวัดที่แตกต่างกันออกไปในที่นี้จึงขอยกตัวอย่างในบางงานวิจัยเพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบในการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบการวัดดังนี้

Zhang et al. (2018) ได้ใช้องค์ประกอบในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจโดยรวม 2) ความคุ้มค่าคุ้มราคา 3) ประสบการณ์การรับประทานอาหารที่สนุกสนาน 4) ความรู้สึกในการได้รับสิ่งที่ต้องการ และ 5) สิ่งที่เกินความคาดหมาย ด้วยแบบสอบถามทั้งหมด 25 คำถาม

Adinegara (2019) ได้ใช้การวัดจากความแตกต่าง (Gap analysis) ระหว่างความคาดหวังกับคุณภาพการบริการในการบ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยแบ่งองค์ประกอบออกเป็น 1) การเข้าถึง (Accessibility) 2) การบริหาร (Service) 3) ที่พัก (Accommodation) 4) การดึงดูด (Attraction) และ 5) สิ่งแวดล้อม (Environment)

อย่างไรก็ตาม นอกจากการวัดในรูปแบบดั้งเดิมด้วยแบบสอบถามและการสร้างองค์ประกอบในการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแล้ว ในปัจจุบันยังมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจในอิทธิพลของอารมณ์ที่มีต่อการตอบสนองของแต่ละบุคคล เช่น ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้มีนักวิชาการให้ความสนใจในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกผ่านตัวชี้วัดทางจิตสรีรวิทยา จึงได้มีการนำเทคโนโลยี Facial recognition มาช่วยในการจับใบหน้าเพื่อสังเกตอารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยในการบ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (González-Rodríguez, Díaz-Fernández, & Gómez, 2020)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบในการวัดตามวิธีการวัดแบบดั้งเดิมค่อนข้างมีความหลากหลาย ในการเลือกใช้องค์ประกอบในการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกใช้ได้โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับบริบทที่ทำการศึกษา ตลอดจนวัตถุประสงค์ในการวิจัย และจุดมุ่งหมายในการวัด ในขณะเดียวกันในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วยเพื่อช่วยทำความเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน (The Intention of Revisiting)

2.8.1 ความหมายของความตั้งใจกลับมาเยือน

ความตั้งใจกลับมาเยือน เป็นความตั้งใจที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะทำในอนาคตเกี่ยวกับการเดินทางมายังสถานที่ที่เคยไป (Abou-Shouk, Zoair, El-Barbary, & Hewedi, 2018) ในขณะที่บางงานวิจัยมองว่าความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำเป็นการอธิบายถึงความภักดี (Loyalty) ของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น โดยกระบวนการตัดสินใจที่นำไปสู่การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนั้นซับซ้อนซึ่งได้รับอิทธิพลจากข้อเท็จจริงทั้งทางสังคมและจิตใจ ความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำจึงเป็นพฤติกรรมในอนาคตที่คาดการณ์ไว้หรือวางแผนไว้ของแต่ละบุคคล (Li, Cai, Lehto, & Huang, 2010)

แนวคิดเรื่องความตั้งใจกลับมาเยือนเกิดขึ้นจากความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสามารถกำหนดได้ว่า เป็นความตั้งใจในการวางแผนดำเนินการพฤติกรรมบางอย่าง เช่น การวางแผนซื้อบริการการท่องเที่ยว หรือการเดินทางกลับประเทศปลายทาง (Liu & Lee, 2016) สอดคล้องกับ (Chen & Funk, 2010) ที่กล่าวว่าความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำเป็นความเต็มใจของนักท่องเที่ยวหรือแผนจะไปเที่ยวที่เดิมอีกครั้ง ซึ่งทำให้เห็นว่าความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำเป็นความเต็มใจของนักท่องเที่ยว และเป็นแผนการที่ถูกวางไว้ด้วยความตั้งใจ

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยจริงสามารถสรุปความหมายของความตั้งใจกลับมาเยือน ได้ว่าความความตั้งใจกลับมาเยือน คือการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการวางแผนหรือกำหนดจุดหมายปลายทางในการกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิมซ้ำในอนาคตด้วยความเต็มใจ ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว การกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวมักเกิดจากความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งอาจเกิดระหว่างการท่องเที่ยวหรือหลังการท่องเที่ยวจนก่อให้เกิดความประทับใจ และต้องการที่จะกลับมาในสถานที่นั้นอีกครั้งหนึ่งในอนาคต

2.8.2 ความสำคัญของความตั้งใจกลับมาเยือน

ในแง่ของการเป็นผู้ให้บริการในด้านการท่องเที่ยว สิ่งหนึ่งที่ผู้ให้บริการต้องการให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวคือ การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต โดยการประเมินการกลับมาเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะเป็นส่วนสำคัญในการให้คำแนะนำแก่นักการตลาดที่ให้บริการในด้านการท่องเที่ยว ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวของตน (Chen & Funk, 2010)

ความตั้งใจกลับมาเยือนบางส่วนอาจได้รับอิทธิพลจากประสิทธิภาพโดยรวมของจุดหมายปลายทาง รวมไปถึงอิทธิพลจากความพยายามในการส่งเสริมการขายเพื่อระลึกถึงความทรงจำดีๆ ของพวกเขา ประสบการณ์ตึกความประทับใจของพวกเขาอาจได้รับการประเมินระหว่างและหลังการใช้สินค้าหรือบริการ ในการศึกษาความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำส่วนมากมักจะถูกอธิบายด้วยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวหรือใช้สินค้าบริการ โดยเชื่อว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความตั้งใจกลับมาเยือนนั่นเอง นอกจากนี้ จำนวนการเยี่ยมชมครั้งก่อนยังถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะมาเยือนอีกครั้งอีกด้วย (Um, Chon, & Ro, 2006)

ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้บริหารหรือผู้ให้บริการในด้านการท่องเที่ยวสามารถวางแผนการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนการพัฒนาการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.8.3 การวัดความตั้งใจกลับมาเยือน

ในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือนส่วนใหญ่จะเป็นการวัดในข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวกับความคิด ความรู้สึกหรือความต้องการ ตลอดจนแนวโน้มในการกลับมาเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวในอนาคต (Abou-Shouk et al., 2018) นอกจากนี้ การวัดความตั้งใจกลับมาเยือนยังเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการด้วย Liu and Lee (2016) โดยหากนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เดิมกับสถานที่หรือบริการนั้นในทางที่ดี นั่นหมายถึงนักท่องเที่ยวจะกลับมาเยือนหรือใช้บริการอีกครั้งนั่นเอง

สำหรับรูปแบบการวัดส่วนใหญ่ใช้แบบสอบถามในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือน โดยตัวอย่างข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้ที่พบจากการศึกษาเอกสารงานวิจัย เช่น ฉันคิดมากเกี่ยวกับการมาที่นี่อีกครั้งในอนาคต (Abou-Shouk et al., 2018) ฉันมีแนวโน้มที่จะเดินทางมาที่ประเทศจีนอีกครั้ง (Zhang et al., 2018) ซึ่งส่วนใหญ่ในการวัดด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยียน มักใช้ข้อคำถามมากกว่าหนึ่งข้อในการที่จะอธิบายความรู้สึกหรือความต้องการในการกลับมาเยือน โดยข้อคำถามมีความเกี่ยวข้องทั้งความคิด ความรู้สึกหรือความต้องการ แนวโน้ม การบอกเล่าเล่าถึงสถานที่นั้นในเชิงบวก รวมไปถึงการแนะนำบอกต่อสถานที่หรือประสบการณ์ดังกล่าวให้กับบุคคลใกล้ชิด (Cakici, Akgunduz, & Yildirim, 2019)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า จากเอกสารและงานวิจัยข้างต้น ใช้การวัดความตั้งใจกลับมาเยือน ด้วยแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่โดยใช้ข้อคำถามหลายข้อคำถามในการที่จะระบุว่า บุคคลดังกล่าวหรือนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนหรือไม่ โดยตัวบ่งชี้หรือข้อคำถามที่ใช้ค่อนข้างมีความหลากหลายและสามารถสรุปได้ว่า ข้อคำถามมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและความต้องการของ

ผู้ตอบเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งข้อคำถามที่เกี่ยวกับอธิบายถึงความคิดหรือแนวโน้มในอนาคตของผู้ตอบ และในบางงานอาจหมายรวมถึงการบอกเล่าและการแนะนำสถานที่ดังกล่าวให้กับคนใกล้ชิด

2.8.4 องค์ประกอบในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือน

ในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือนส่วนใหญ่มีการใช้เครื่องมือ และกำหนดองค์ประกอบในการวัดที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกันคือ เป็นการวัดความคิด ความรู้สึกหรือแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ อีกครั้งในอนาคต ในที่นี้จึงขอยกตัวอย่างจากบางงานวิจัยเพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบการวัดดังนี้

Zhang et al. (2018) ได้วัดความตั้งใจกลับมาเยือนจาก 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) ความคิดในการกลับมาเยือนซ้ำ 2) ความอยากหรือความต้องการในการกลับมาเยือนซ้ำ และ 3) แนวโน้มในการกลับมาเยือนอีกครั้งในอนาคตอันใกล้ เพื่อเป็นการอธิบายความตั้งใจในการกลับมาเยือนอีกครั้งของนักท่องเที่ยวในประเทศจีน

Liu and Lee (2016) ได้วัดความตั้งใจในการกลับมาเยือนการใช้บริการสายการบินจาก 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) หากการให้บริการสายการบินมีคุณภาพดีจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการ 2) การพิจารณาจากประสบการณ์ที่ผ่านมากับสายการบินราคาประหยัดส่งผลต่อความเต็มใจที่จะเดินทางกับสายการบินเหล่านี้อีกครั้ง และ 3) เมื่อฉันรู้สึกว่าประสบการณ์ของฉันกับสายการบินไม่เหมือนเดิม สิ่งนี้จะส่งผลต่อความเต็มใจของฉันที่จะเดินทางอีกครั้ง

Cakici et al. (2019) วัดความตั้งใจกลับมาเยือนในบริบทของร้านอาหาร ด้วยตัวบ่งชี้หรือข้อคำถามทั้งหมด 5 ตัวบ่งชี้ด้วยกัน ได้แก่ 1) ต้องการกลับมาที่ร้านนี้อีกในอนาคต 2) จะแนะนำร้านอาหารนี้ให้กับเพื่อนหรือคนอื่นๆ 3) อยากจะมาที่ร้านอาหารนี้บ่อยขึ้น 4) จะบอกสิ่งดีๆเกี่ยวกับร้านนี้ให้คนอื่นฟัง และ 5) สามารถการจ่ายการซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มทุกครั้งในร้านนี้อย่างเต็มใจ

สามารถสรุปลักษณะตัวบ่งชี้และองค์ประกอบในการวัดความตั้งใจกลับมาเยือนจากงานวิจัยข้างต้นได้ว่า การวัดความตั้งใจกลับมาเยือนมีความเชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึก ความคิดและประสบการณ์เดิมของผู้ถูกวัด โดยการวัดมักใช้ตัวบ่งชี้หลายตัวบ่งชี้ในการอธิบายความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำหรือใช้สินค้าและบริการนั้นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้ตลอดจนองค์ประกอบในการวัดมีความหลากหลาย ดังนั้นในการเลือกใช้ข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้เกี่ยวกับความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำ อาจขึ้นอยู่กับการปรับให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัยและบริบทในการวัด

2.9 การพัฒนาสมมติฐาน

2.9.1 ความสัมพันธ์ของสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

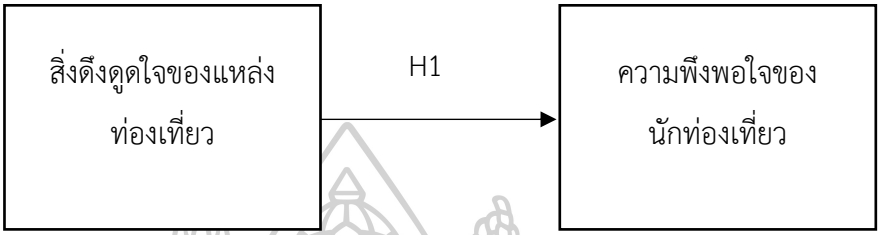
จากการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าทั้งสองตัวแปรมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดย (Al-Ababneh, 2013) พบว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเป็นตัวทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและ สามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจของท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 31.4 จึงสามารถช่วยยืนยันได้ว่าสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่สิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวนั้นหมายรวมถึงความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวด้วย (Ali & Howaidee, 2012) ได้เสนอแนวทางแบบบูรณาการเพื่อทำความเข้าใจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากหลักฐานเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างองค์ประกอบของบริการด้านการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ การเข้าถึง และสิ่งดึงดูดใจในพิพิธภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในพิพิธภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับ Joseph, Soundararajan, and Parayitam (2022) สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกระดับการรับรู้บริการ โอกาสและปัญหา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในประเทศอินเดีย พบว่า ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดยเฉพาะสิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่า สิ่งดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดความพึงพอใจและเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจจนเกิดการมาเยือนซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว

สำหรับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งออกเป็นสิ่งดึงดูดภายใน เช่น คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าและบริการในสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านค้า และสิ่งดึงดูดภายนอก เช่น ความสะอาด หรือความสว่างของสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านค้า เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาของ Oviedo-García, Vega-Vázquez, Castellanos-Verdugo, and Reyes-Guizar (2016) พบว่าสิ่งดึงดูดใจทั้งภายในและภายนอกร่วมกันอธิบายความแปรปรวนที่เกิดขึ้นในความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยวได้ประมาณร้อยละ 15 แต่อย่างไรก็ตามพบว่าสิ่งดึงดูดใจภายนอกสามารถอธิบายความพึงพอใจได้ดีกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับการเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวยังคงต้องใส่ใจทั้งสิ่งดึงดูดใจภายนอกและสิ่งดึงดูดใจภายในให้มีคุณภาพควบคู่กันไป

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า จึงสามารถสรุปได้ว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 แสดงสมมุติฐานที่ 1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.9.2 ความสัมพันธ์ของการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเริ่มมีผู้ให้ความสนใจและศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรมากขึ้น โดยในแง่ของพนักงานส่วนใหญ่จะถูกพูดถึงในเรื่องของความประทับใจในเจ้าหน้าที่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ และการดูแลของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในขณะที่การเข้าถึงนั้นก็คือความยากง่ายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวซึ่งทั้งสองล้วนมีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

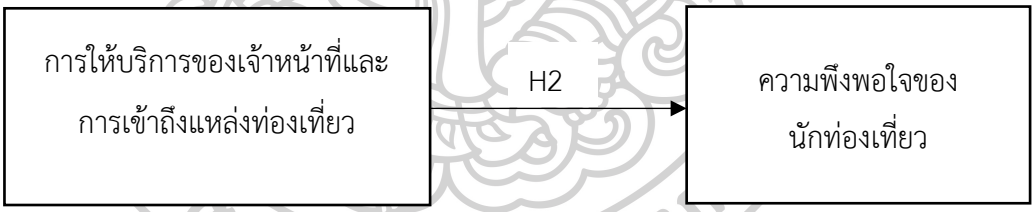
ในด้านของเจ้าหน้าที่หรือการให้บริการของเจ้าหน้าที่เป็นสิ่งที่ถูกศึกษาเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมักมีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว โดย ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอบแบบพหุคูณรายด้าน พบว่าด้านการให้บริการที่มีผลกระทบมากที่สุด สอดคล้องกับสำราญ ทองเกิด และคณะ (2565) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการ ด้านท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติรามค้าแหง จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ได้ เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติรามคำแหงส่วนใหญ่จะเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว

มาบ้าง แล้วและมีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือพักฟื้น และมีลักษณะการพักแรมเป็นเต็นท์เช่าของ อุทยาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรและการบริการ อยู่ในระดับที่มากที่สุด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพนักงานและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

ในขณะเดียวกันการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวก็สำคัญไม่แพ้กับการให้บริการของพนักงาน ในที่นี้หมายถึงความสามารถในการให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งการเดินทางไปตลอดปลายทาง ซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งดึงดูดและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าทั้งสิ่งดึงดูดและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Biswas, Omar, & Rashid-Radha, 2020)

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้าแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพนักงานและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงสามารถสรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่ซึ่งในที่นี้หมายถึงการให้บริการของเจ้าหน้าที่เป็นสำคัญ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักทองเที่ยว จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 แสดงสมมุติฐานที่ 2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.9.3 ความสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

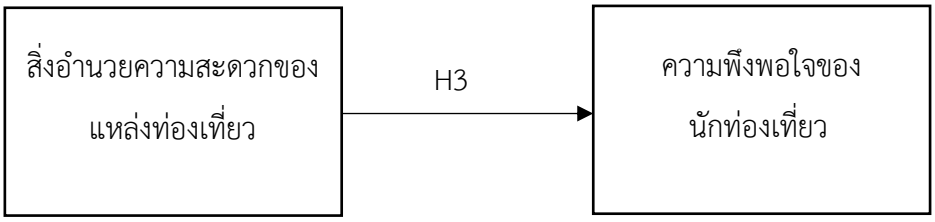
จากเอกสารข้างต้นในหลายงานวิจัยด้วยกันทำให้ได้เห็นว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมักมีความสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรต้นอื่น ๆ ในการส่งผลถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงทำให้สามารถอนุมานได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันโดยหากสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้ว มีโอกาสที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ที่สถานที่ท่องเที่ยวได้จัดเตรียมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นนั้น ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และในบางงานวิจัยอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเลยมากที่สุด ซึ่ง มณเฑียร วิริยะพันธุ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่ง อำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวมักจะมาท่องเที่ยวกับครอบครัว และเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบมาก่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยาน

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมักศึกษาร่วมกับตัวแปรหลากหลายตัวแปรด้วยกัน ซึ่งตัวแปรสิ่งอำนวยความสะดวกมักมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและสามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังที่ Hau and Omar (2014) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพปลายทาง บริการสนับสนุนและความปลอดภัย ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Febriyana, Suprastayasa, and Darmiati (2020) ที่พบว่า ตัวแปรด้านอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่งอิทธิพลต่อความพึงพอใจหรืออธิบายความแปรปรวนที่เกิดขึ้นในความพึงพอใจได้ถึงร้อยละ 45

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า จึงสามารถสรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 3 แสดงสมมุติฐานที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.9.4 ความสัมพันธ์ของการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

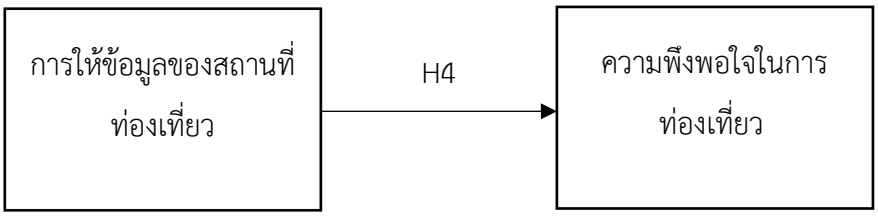
การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ในปัจจุบันมีความสำคัญมากเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวมักเข้าไปศึกษาและอ่านรีวิวหรือข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนเดินทางดังนั้นการให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวย่อมมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ถูกศึกษาถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าใจและสามารถท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุขพร้อมทั้งได้รับความรู้ในขณะท่องเที่ยวไปด้วย โดย สำราญ ทองเกิด และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ การให้บริการด้านการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มากเมื่อได้รับการให้ความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว และความรู้ ด้านการ อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ซึ่งสอดคล้องกับ วันวิสาข์ ศรีกลับ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสวนสัตว์สูงสุด คือ การให้ข้อมูลและการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ภายในสวนสัตว์ จึงเห็นได้ว่าการให้ข้อมูลหรือการให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยการให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแต่ยังทำให้วงจรของการทองเที่ยวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมักอาศัยข้อมูลจากผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น รวมทั้งจากศูนย์ข้อมูลทางการของท้องถิ่นด้วยเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (Tavares, Neves, & Sawant, 2018)

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า จึงสามารถสรุปได้ว่า การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์อย่างมากในปัจจุบันและส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 4 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 แสดงสมมุติฐานที่ 4 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.9.5 ความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

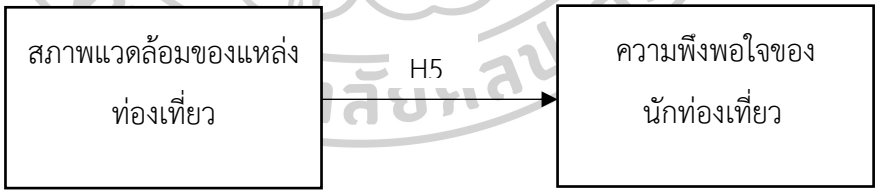
จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ นักวิชาการจึงศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อศึกษาลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเพื่อนนำมาเป็นข้อมูลสารสนเทศสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การที่สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมที่ธรรมชาติสร้างขึ้นหากได้รับการดูแลเป็นอย่างดีย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจและความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว ดังที่ Chaisanit, Keawnet, Tungpruan, and Yodsuwan (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางและ ความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติ Gonarezhou และ Matusadona ประเทศซิมบับเว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่อุทยานเพื่อเป็นการพักผ่อนและแสวงหาความรู้ การได้มาชื่นชมสัตว์ป่า และความรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดให้ความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับ พิชญา ดวงฟู (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญ ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูด ให้เดินทางมายังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าหากแหล่งท่องเที่ยวยังคงไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่สวยงามทางธรรมชาติ ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

นอกจากสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแล้ว สภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อย่างเช่น ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณี ตลอดจนความเป็นมิตรของผู้คนแวดล้อมก็ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดย Salleh, Omar, Yaakop, and Mahmmod (2013) พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ทัศนียภาพที่สวยงาม ขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรม การต้อนรับของผู้ให้บริการ คุณภาพของอาหาร และความเป็นมิตรของชาวบ้าน และได้แนะนำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพยายามอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแล้ว จะทำให้พวกเขาตัดสินใจมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น เช่นเดียวกับ Huh (2002) ที่ได้พยายามศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะปลายทางทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม และและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อระบุความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะปลายทางทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยพบความสัมพันธ์กันระหว่างคุณลักษณะจุดหมายปลายทางทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวอย่างนี้นัยสำคัญทางสถิติ

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า จึงสามารถสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างเช่น วัฒนธรรมประเพณีล้วนส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 5 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 5 แสดงสมมุติฐานที่ 5 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.9.6 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน

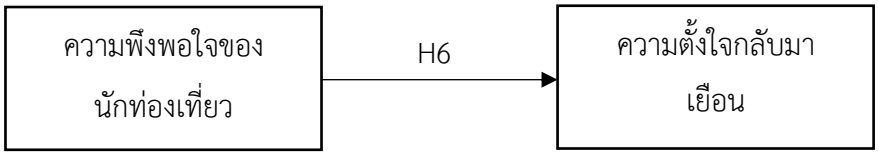
จากการศึกษาการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถส่งผลต่อทัศนคติในอนาคตของนักท่องเที่ยวในแง่ของความภักดี คำบอกเล่าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงบวก และการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางได้ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีผลต่อการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่ทำให้เกิดการกลับมาเยือนอีกครั้งของนักท่องเที่ยว โดย De Nisco et al. (2017) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ พบว่า เส้นทางอิทธิพลจากความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสู่ความตั้งใจกลับมาเยือนนั้นมีอิทธิพลอย่างมาก ไม่เพียงต่อความภักดีที่คาดหวังและคำพูดเชิงบวกต่อสถานที่ท่องเที่ยวในฐานะจุดหมายปลายทาง แต่ยังรวมถึงความตั้งใจเชิงบวกต่อการให้บริการและสถานที่ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พึงพอใจ มีแนวโน้มที่จะบริโภคหรือใช้บริการในด้านต่าง ๆ มากขึ้น และเมื่อพวกเขากลับมายังประเทศของตนเอง ก็มีแนวโน้มที่จะแนะนำให้ครอบครัวและเพื่อนฝูงมาใช้บริการด้วย ซึ่งสอดคล้อง สุรเชษฎ์ อ่ำสั้น (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการสนับสนุนการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่ง ท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มาก และส่งผลให้กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่คือ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการ จะเกิดการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวได้นั้นสิ่งแรกที่ต้องให้ความสำคัญคือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Abdulla, Khalifa, Abuelhassan, and Ghosh (2019) ยังพบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Abou-Shouk et al. (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือนพบว่าความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาเยือน โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายความแปรปรวนในความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 45

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า จึงสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว เนื่องจากหากนักท่องเที่ยวรู้สึกชอบและพอใจในขณะที่ท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ แล้ว นักท่องเที่ยวจะรู้สึกประทับใจ ระลึกถึง และเกิดความต้องการที่จะกลับมาเยือนที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง จึงเสนอสมมุติฐานต่อไปนี้

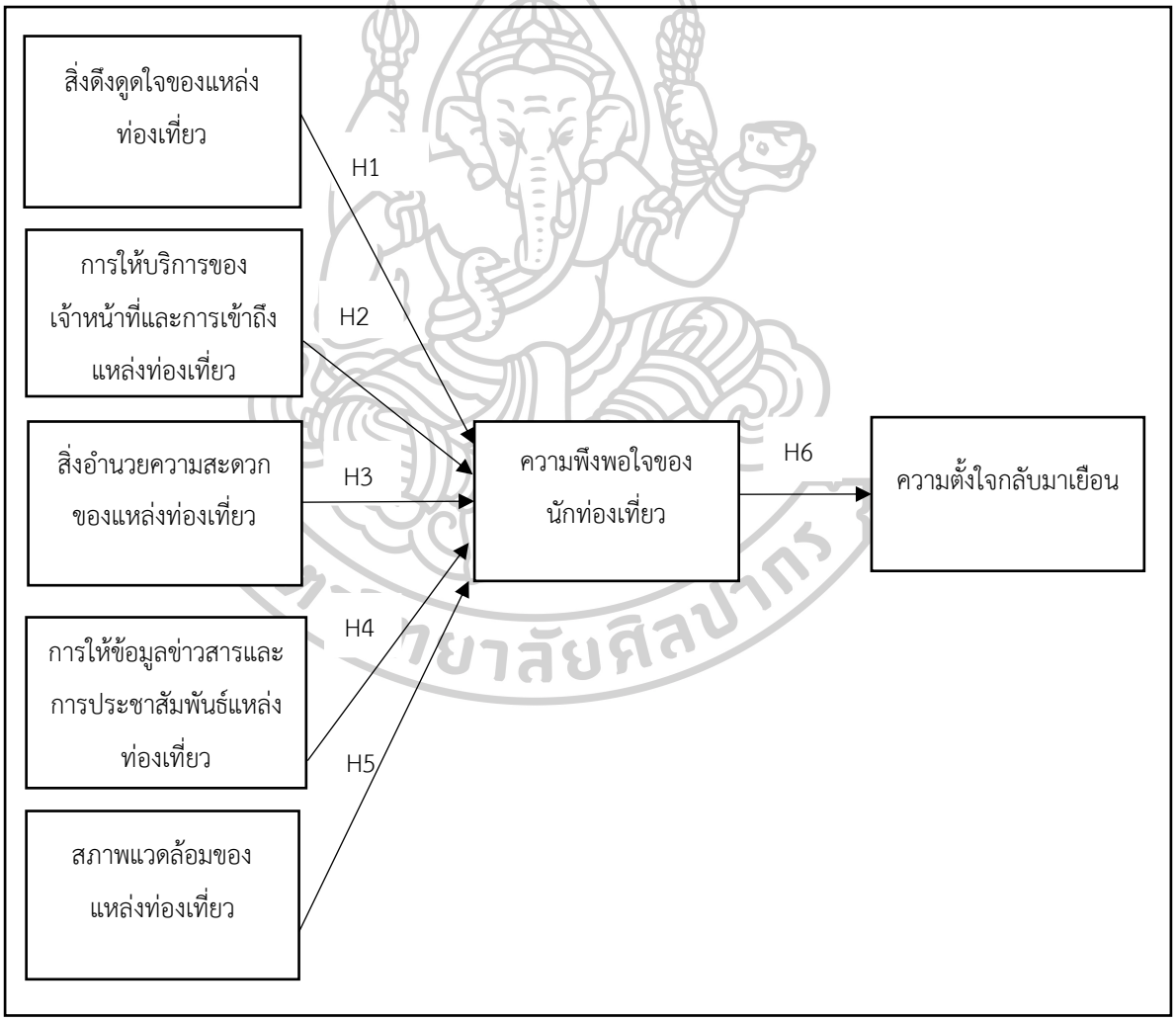
สมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจกลับมาเยือน



ภาพที่ 6 แสดงสมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจกลับมาเยือน

2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

สำหรับการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากเอกสารและงานวิจัยที่ทำให้ผู้วิจัยหลักฐานเชิงประจักษ์ หรือแนวโน้มในการก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ ซึ่งมุ่งศึกษาถึง สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลหรือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและในขณะเดียวกัน เมื่อเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแล้ว ย่อมส่งผลหรือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวด้วย โดยมีรายละเอียดดังกรอบแนวคิดการวิจัยต่อไปนี้



ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี” มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยอ้างอิงข้อมูลสถิติข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2564 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมอุทยานแห่งชาติกุยบุรีจำนวน 4,924 คน (กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2565)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตร Yamane (Yamane, 1967) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% คำนวณตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนสมาชิกของประชากร

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05)

แทนค่าจากสูตรดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

$$n = n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$= \frac{4,924}{1+4,924(0.05)^2}$$

$$= 369.95 \approx 370 \text{ ราย}$$

ผลจากการคำนวณขนาดตัวอย่างเท่ากับ 370 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บรวบรวมและประมลผลข้อมูลผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ให้มีจำนวนเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience sampling) โดยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม และชี้แจงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการตอบบแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวรับทราบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังทำการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ควบคู่กันไป โดยส่งแบบสอบถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ส่งลิงค์แบบสอบถามแบบกูเกิล ฟอร์ม (Google Form) ไปยังสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟสบุ๊คที่เป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โดยผู้วิจัยใช่วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ระบุคำถามคัดกรองสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมาแล้วเท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยจัดทำขึ้นจากการประมวลแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจรายการ (Checklist) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับเฉลี่ยรายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรีกี่ครั้ง การเดินทางมาท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้ท่านได้พักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีหรือไม่ ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรีกี่วัน จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรีกับบุคคลกลุ่มใด และท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

ส่วนที่ *3* เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย

แบบวัดสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *3* ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก ทรงพร นิรพาธ (2562)

แบบวัดการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Staff and Access) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *5* ข้อซึ่งปรับปรุงมาจาก ชลิตา เฉลิมรักชาต (2560)

แบบวัดสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *4*ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์ (2560)

แบบวัดการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Information) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *4* ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ (2558)

แบบวัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Environment) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *5* ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก Bhuiyan, Darda, and Hasan (2021)

แบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourism Satisfaction) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีข้อคำถามจำนวน *3* ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก Caber, Albayrak, and Crawford (2020)

แบบวัดความตั้งใจกลับมาเยือน (The Intention of Revisiting) แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับความตั้งใจกลับมาเยือน มีข้อคำถามจำนวน *4* ข้อ ซึ่งปรับปรุงมาจาก รัมภ์รดา สารอูป และมณฑกาณติ ชุบชูวงศ์ (2564)

แบบสอบถามเป็นลักษณะเลือกตอบ โดยใช้มาตราส่วน 5 ระดับ (Likert Scale) ประกอบด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกำหนดให้เลือกตอบข้อเดียวเท่านั้น ซึ่งมีเกณฑ์กำหนดค่าคะแนนในการตอบคำถาม ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ประเมินความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย ดังต่อไปนี้

1.การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ซึ่งผู้ตรวจสอบและพิจารณาแบบสอบถามคือ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง โดยประเมินว่าข้อคำถามแต่ละข้อในแบบวัด สามารถวัดได้ตรงกับเนื้อหา/วัตถุประสงค์/นิยามที่กำหนดหรือไม่ และใช้ดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา โดยมีหลักการให้คะแนนดังนี้

ถ้าหากผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม	คะแนนเท่ากับ 1
ถ้าหากผู้ทรงไม่แน่ใจในความเหมาะสมของข้อคำถาม	คะแนนเท่ากับ 0
ถ้าหากผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าข้อคำถามไม่มีความเหมาะสม	คะแนนเท่ากับ -1

$$\text{IOC} = \frac{\sum_{i=1}^{n} R_i}{N}$$

เมื่อ $\sum_{i=1}^{n} R_i$ และ N คือผลรวมคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด และจำนวนของผู้ทรงคุณวุฒิของจ้อคำถามนั้น ๆ ตามลำดับ โดยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพ ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ของข้อคำถามที่ได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามที่สร้างขึ้นมามีความเหมาะสมเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวัดตัวแปร

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) โดยค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) โดยมีสูตรการคำนวณตามสมการ

$$\propto = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum_{i=1}^{n} S_i^2}{S^2}\right)$$

จากการนำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงไปทดลองใช้ (Try-out) กับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

รายการการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา	**ความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Cronbach's Alpha)**
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	.883
การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.876
สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	.858
การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	.942
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	.908
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	.969
ความตั้งใจกลับมาเยือน	.853

จากตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี แบบวัดสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความตั้งใจกลับมาเยือน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.853 – 0.969 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบวัดของตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อมั่นของเนื้อหาผ่านเกณฑ์การพิจารณา

3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังหัวหน้าอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในพื้นที่ หลังจากได้รับการอนุญาตแล้วผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566 ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเสาร์และอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการเก็บรวบรวมในพื้นที่มีจำนวนทั้งสิ้น 350 ตัวอย่าง

2. สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ ผู้วิจัยเขียนอีเมลไปยังประธานกลุ่มหรือผู้ดูแลกลุ่มเฟสบุ๊คเพื่อขออนุญาต เมื่อได้รับการอนุญาตแล้ว หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการส่งลิงค์แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างและชี้แจงวัตถุประสงค์และเงื่อนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบออนไลน์มีจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง

3. เมื่อได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

2. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือนใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

สำหรับการแปลผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย คำนวณตามเกณฑ์จากสูตรการอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

โดยช่วงความกว้างอันตรภาคชั้นสามารถนำมาแปลความหมายได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00	หมายความว่า	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20	หมายความว่า	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40	หมายความว่า	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60	หมายความว่า	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80	หมายความว่า	ระดับน้อยที่สุด

3. ผลการทดสอบสมตติฐานการวิจัย สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

n หมายถึง จานวนของกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

p แทน ระดับของความมีนัยสำคัญ

t แทน ค่าทดสอบของนัยสำคัญของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ t-test)

T แทน Tolerance ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

F แทน ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป (ค่าสถิติ F-test)

R แทน ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multiple R)

R square แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

Adjusted R square แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว

Correlations แทน ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

B แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

Beta แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็นค่าที่แสดงน้ำหนักของความสำคัญ หรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม

SE (est.) แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการประมาณค่าที่เกิดจากการถดถอยพหุคูณ

VIF แทน ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Variance inflation factor)

Sig. แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และสถิติการทำนายแบบถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือน

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปร

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จำนวน 400 คน ข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวนครั้งที่เคยมา การพักค้างคืน ระยะเวลาในการมา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	249	62.3
หญิง	150	37.5
อื่น ๆ	1	0.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
***2.*อายุ**		
ต่ำกว่า *20* ปี	9	2.3
21-30 ปี	84	21.0
31-40 ปี	182	45.5
41-50 ปี	79	19.8
51-60 ปี	41	10.3
61 ปีขึ้นไป	5	1.3
***3.*ระดับการศึกษา**		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47	11.8
ปริญญาตรี	263	65.8
ปริญญาโท	84	21.0
ปริญญาเอก	6	1.5
4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	28	7
10,001-20,000 บาท	30	7.5
20,001-30,000 บาท	133	33.3
30,001-40,000 บาท	102	25.5
40,001-50,000 บาท	51	12.8
50,001 บาทขึ้นไป	56	14.0
5.อาชีพ		
ข้าราชการ	20	5.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	12.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	129	32.3
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	122	30.5
อิสระ/รับจ้างทั่วไป	60	15.0
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	4	1.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	11	2.8
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 เพศชายหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงอายุ 41-50 ปีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมามีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มีรายได้ 10,001-20,000 บาทจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมามีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และมีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษากับอาชีพอื่น ๆ เท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.จำนวนครั้งในการเดินทาง		
มาครั้งแรก	298	74.5
ครั้งที่สอง	75	18.8
ครั้งที่สาม	15	3.8
มากกว่าสามครั้ง	12	3.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.การพักค้างคืนในการเดินทาง		
พักค้างคืน	101	25.3
ไม่พักค้างคืน	299	74.7
3.ระยะเวลาในการเดินทาง		
ไปเช้า-เย็นกลับ	292	73
2วัน1คืน	81	20.2
3วัน2คืน	24	6
มากกว่า3วัน2คืน	3	0.8
4.จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
มาคนเดียว	16	4
2 คน	148	37
3-6 คน	222	55.5
7-10 คน	14	3.5
อื่น ๆ	0	0
5.ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่		
คนเดียว	12	3
คนรัก	114	28.5
เพื่อน	192	48
ครอบครัว	73	18.3
สถาบันการศึกษา	4	1
คณะทัวร์	4	1
อื่น ๆ	1	0.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
รถจักรยานยนต์	41	10.3
รถยนต์ส่วนบุคคล	340	85
รถโดยสารประจำทาง	14	3.5
รถบริษัททัวร์	5	1.2
อื่น ๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมาอุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นครั้งแรก จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาเคยมาอุทยานแห่งชาติกุยบุรีครั้งที่สอง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 เคยมาอุทยานแห่งชาติกุยบุรีครั้งที่สาม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และเคยมาอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมากกว่าสามครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

การพักค้างคืนในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 และพักค้างคืน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

ระยะเวลาในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ไปเช้า-เย็นกลับ จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา ระยะเวลา2วัน1คืน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ระยะเวลา3วัน2คืน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมากกว่า3วัน2คืน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

จำนวนผู้ร่วมเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มา 3-6 คน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมา มา2คน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 มาคนเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และมา 7-10 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มากับเพื่อน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มากับคนรัก จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 มากับครอบครัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 มาคนเดียว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 มากับสถาบันการศึกษาและคณะทัวร์จำนวนเท่ากัน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มารถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมา มารถจักรยานยนต์จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รถ

โดยสารประจำทาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และมารถบริษัททัวร์จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือน

4.3 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการแปลความหมาย รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ความสมบูรณ์ของพืชพรรณและสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีดึงดูดให้ท่านเดินทางมาเยือน	4.64	0.65	มากที่สุด	1
2	ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่จูงใจให้ท่านเดินทางมาเยือน	4.57	0.71	มากที่สุด	2
3	สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติกุยบุรียังไม่ถูกทำลาย	4.56	0.72	มากที่สุด	3
4	กิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความโดดเด่นและน่าสนใจ	4.55	0.74	มากที่สุด	4
5	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีอากาศที่บริสุทธิ์เหมาะสำหรับการพักผ่อน	4.53	0.72	มากที่สุด	5
รวม		4.57	0.66	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวม 4.57 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.66 จากรายละเอียดพบว่า “อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีอากาศที่บริสุทธิ์เหมาะ สำหรับการพักผ่อน” มีค่าเฉลี่ย 4.64 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติกุยบุรียังไม่ถูกทำลาย” มีค่าเฉลี่ย 4.57 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

4.4 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมาย ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	เจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ท่าน	4.60	0.68	มากที่สุด	1
2	เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเต็มใจให้บริการและยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ท่าน	4.60	0.71	มากที่สุด	2
3	ป้ายบอกทิศทางปรากฏเป็นระยะจากถนนสายหลักและเห็นชัดเจนทำให้ท่านเดินทางมาถึงจุดหมายได้อย่างสะดวก	4.55	0.69	มากที่สุด	3
4	ค่าบริการสำหรับกิจกรรมนั่งรถยนต์เพื่อชมสัตว์ป่าเหมาะสมและระบุไว้อย่างชัดเจน	4.45	0.72	มากที่สุด	4
5	ยานพาหนะที่ให้บริการกิจกรรมชมสัตว์ป่ามีความเหมาะสมและปลอดภัย	4.39	0.73	มากที่สุด	5
6	ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นในกิจกรรมชมสัตว์ป่าให้ข้อมูลได้อย่างดี และทำให้ท่านได้รับความรู้	4.29	0.82	มากที่สุด	6
รวม		**4.48**	**0.63**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 5 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.63 จากรายละเอียดพบว่า “เจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ท่าน” มีค่าเฉลี่ย 4.60ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเต็มใจให้บริการ และยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ท่าน” มีค่าเฉลี่ย 4.60 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

4.5 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมาย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีจัดสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอทำให้ท่านได้รับความสะดวก	4.67	0.61	มากที่สุด	1
2	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีห้องสุขาอย่างเพียงพอและสะอาดทำให้ท่านสะดวกสบาย	4.55	0.66	มากที่สุด	2
3	ภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีป้ายหรือสัญลักษณ์ข้อห้ามต่าง ๆ บอกไว้อย่างชัดเจนทำให้ท่านทราบว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร	4.55	0.65	มากที่สุด	3
4	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีแผนที่หรือโบรชัวร์ให้ข้อมูลเพื่อบอกตำแหน่งในการใช้พื้นที่อย่างชัดเจน	4.52	0.67	มากที่สุด	4
5	ภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีเจ้าหน้าที่ประจำการบริเวณจุดท่องเที่ยว และคอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว	4.47	0.72	มากที่สุด	5
6	มีป้ายสื่อความหมายอธิบายให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.40	0.74	มากที่สุด	6
รวม		**4.53**	**0.59**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 4.53 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.59 จากรายละเอียดพบว่า “อุทยานแห่งชาติกุยบุรีจัดสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอทำให้ท่านได้รับความสะดวก” มีค่าเฉลี่ย 4.67 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีเจ้าหน้าที่ประจำการบริเวณจุดท่องเที่ยว และคอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ย 4.55 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

4.6 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมาย ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของกรมอุทยานแห่งชาติทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	4.24	0.82	มากที่สุด	1
2	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีทำให้ท่านทราบถึงกิจกรรมการอนุรักษ์และความเคลื่อนไหวของอุทยานฯ	4.14	0.88	มาก	2
3	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.14	0.87	มาก	3
4	ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	4.13	0.88	มาก	4
5	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีอากาศที่บริสุทธิ์เหมาะสำหรับการพักผ่อนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊ก เช่น ประกาศเปิด-ปิดการท่องเที่ยวและการพักแรม หรือข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมพร้อมสำหรับการเดินทางมาเยือน เป็นต้น	4.12	0.89	มาก	5
รวม		**4.15**	**0.83**	**มาก**	

จากตารางที่ 7 ด้าน การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ย พบว่า ระดับของการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.15 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.83จากรายละเอียดพบว่า “การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของกรมอุทยานแห่งชาติทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ” มีค่าเฉลี่ย 4.24 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน” มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

4.7 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมายรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อ	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีการจัดการด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่าที่ดี	4.69	0.60	มากที่สุด	1
2	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติที่ยังมีความสมบูรณ	4.68	0.58	มากที่สุด	2
3	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ	4.67	0.62	มากที่สุด	3
4	ทัศนียภาพ ทิวทัศน์ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรวมของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความสวยงาม	4.67	0.62	มากที่สุด	4
5	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีสภาพแวดล้อมเหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	4.66	0.61	มากที่สุด	5
รวม		**4.67**	**0.58**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 8 ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 4.67 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.58 จากรายละเอียดพบว่า “อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีสภาพแวดล้อมเหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์” และ“อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.69 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ” มีค่าเฉลี่ย 4.68 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

4.8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 5 ข้อ ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมายรายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ข้อ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	เมื่อเปรียบเทียบกับคาดหวังของท่าน ท่านพอใจต่อการที่ได้มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้	4.59	0.59	มากที่สุด	1
2	เมื่อพิจารณาจากเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของท่าน ท่านพอใจกับการมาเยือนในครั้ง	4.59	0.63	มากที่สุด	2
3	เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม ท่านรู้สึกพอใจต่อ การมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้	4.58	0.62	มากที่สุด	3
รวม		**4.58**	**0.60**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 9 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ระดับของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 4.58 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.60 จากรายละเอียดพบว่า “เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม ท่านรู้สึกพอใจต่อ การมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้” และ“เมื่อเปรียบเทียบกับคาดหวังของท่าน ท่านพอใจต่อการที่ได้มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.59 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “เมื่อพิจารณาจากเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของท่าน ท่านพอใจกับการมาเยือนในครั้งนี้” มีค่าเฉลี่ย 4.59 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

4.9 ความตั้งใจกลับมาเยือน

ข้อคำถามวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน จำนวน 5 ข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลความหมาย รายละเอียดดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการความตั้งใจกลับมาเยือน

ข้อ	ความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านมีความตั้งใจจะกลับมาเยือนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีอีกครั้ง	4.70	0.58	มากที่สุด	1
2	หากมีโอกาสและความพร้อมเมื่อใด ท่านจะกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีอย่างแน่นอน	4.55	0.67	มากที่สุด	2
3	ท่านจะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นรู้จักอุทยานแห่งชาติกุยบุรี	4.55	0.69	มากที่สุด	3
รวม		**4.60**	**0.61**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 10 ด้านความตั้งใจกลับมาเยือน พบว่า ระดับของความตั้งใจกลับมาเยือนมีค่าเฉลี่ยรวม 4.60 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.61 จากรายละเอียดพบว่า “ท่านจะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นรู้จักอุทยาน แห่งชาติกุยบุรี” มีค่าเฉลี่ย 4.70 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านมีความตั้งใจจะกลับมาเยือนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีอีกครั้ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.55 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปร

4.10 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือน ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้ Pearson’s Correlation Coefficient ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือน

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7
ความดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว	-						
พนักงานและการเข้าถึง	.814**						
สิ่งอำนวยความสะดวก	.779**	.868**					
การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	.417**	.575**	.611**				
สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	.857**	.818**	.810**	.455**			
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	.774**	.789**	.791**	.561**	.859**		
ความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ	.775**	.774**	.784**	.498**	.830**	.854**	-

หมายเหตุ : N = 400, ** $p < 0.05$

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นการตรวจความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนกลายเป็นตัวแปรเดียวกัน อาจทำให้การวิเคราะห์ไม่ชัดเจนแน่ชัดว่าตัวแปรอิสระใดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามบ้าง ผลการทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.417 - 0.868 (ตามตารางที่ 11) ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปร (Multicollinearity) ซึ่งตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง การตรวจสอบ Multicollinearity จะพิจารณาจากค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance ซึ่งผลจากการทดสอบหาค่า VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.681 – 5.399 โดยค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 และค่า Tolerance ที่เหมาะสมต้องมากกว่า 0.2 จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร คือ ความดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว และความดึงดูดใจสถานที่ท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกัน (Hair, Babin, & Anderson, 2010)

ตารางที่ 12 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	0.240	4.163
การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.208	4.814
สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	0.213	4.704
การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	0.619	1.616
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	0.236	4.242
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	1.000	1.000

4.11 ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

การศึกษาถึงตัวแปรอิสระด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีว่าปัจจัยใดบ้างที่สามารถพยากรณ์ หรือทำนาย ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยนำตัวแปรอิสระมา ทดสอบการพยากรณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

X1 หมายถึง ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

X2 หมายถึง ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

X3 หมายถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

X4 หมายถึง ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

X5 หมายถึง ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

Y หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (อำนาจพยากรณ์)

Adjusted R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีการเปลี่ยนจากเดิมเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระทีละตัว

SE.B หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน

Beta หมายถึง ค่ามาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอย

การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวแปรอิสระ หรือกลุ่มตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ที่มีระดับนัยสำคัญตามลำดับ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X5) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (X4) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (X3) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2) ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X1) โดยวิเคราะห์ผลเมื่อมีการเพิ่มปัจจัยทีละตัว รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate	F
X5	.845	0.714	0.714	0.32128	995.903**
X5 X4	.866	0.750	0.749	0.30089	596.137**
X5 X4 X3	.875	0.766	0.764	0.29146	432.571**

**p < .05

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จากตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 3 ตัวแปร ตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X5) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (X4) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (X3) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X5) สามารถพยากรณ์ได้ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย หรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.714 ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 71.40 เมื่อ ต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (X4) เข้าไปสัมประสิทธิ์การถดถอยหรือ อำนาจการพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น .749 ซึ่งค่าที่เพิ่มขึ้นเมื่อตรวจสอบความแตกต่างกับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เดิม พบว่า ยังมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทำให้ทราบว่า การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาร้อยละ 74.90

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (X3) เข้าไป สัมประสิทธิ์การถดถอยหรือ อำนาจการพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น .764 ซึ่งค่าที่เพิ่มขึ้นเมื่อตรวจสอบความแตกต่างกับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เดิม พบว่า ยังมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทำให้ทราบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาร้อยละ 76.40

ส่วนตัวแปรอิสระอีก 2 ตัว คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2) ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (X1) ถูกตัดออกจากสมการ เนื่องจากว่าส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทดสอบความแตกต่าง แล้วพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รายละเอียดดัง ตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta
X5	.559	.050	.542
X4	.111	.021	.154
X3	.277	.053	.273
a (Constant)	.258	.121	
R = .875	Adjusted R Square = .764		F = 432.571
R Square = .766	Std. Error Square = .29146		

**p < .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลมาจากปัจจัยที่ส่งผลหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (X5) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (X4) และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (X3) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

สมการ $Y = a + B_n (X5+ X4 + X3)$

$Y = .258 + .559+ .111+ .277$

อธิบายความว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว = .258 (ค่าคงที่) + .599 (ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว) + .111 (ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว) + .277 (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .875

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square)= .766

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .764

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error Square) = .29146

จะเห็นว่าเมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปรเข้าสู่สมการพยากรณ์แล้ว ก็จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .875 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .764 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 76.40

4.12 ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือน

การศึกษาถึงตัวแปรอิสระด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีที่สามารถพยากรณ์ หรือทำนาย ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจกลับมาเยือน โดยนำตัวแปรอิสระมาทดสอบการพยากรณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

X6	หมายถึง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
Y	หมายถึง	ความตั้งใจกลับมาเยือน
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (อำนาจพยากรณ์)

Adjusted R^2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีการเปลี่ยนจากเดิมเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระทีละตัว
SE.B	หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน
Beta	หมายถึง ค่ามาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอย

การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวแปรอิสระ หรือกลุ่มตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ที่มีระดับนัยสำคัญ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (X6) โดยวิเคราะห์ผล รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ตัวแปรอิสระ	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate	F
X6	.847	0.717	0.717	0.32654	1010.602**

**p < .05

จากตาราง 15 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ทดสอบแล้วว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว(X6) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (X6) สามารถพยากรณ์ได้ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย หรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.717 ส่งผลต่อความความตั้งใจกลับมาเยือน ร้อยละ 71.70

การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis) โดยแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความความตั้งใจกลับมาเยือน รายละเอียดดัง ตารางที่ 16

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis) โดยแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือน

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta
X6	.865	.027	.847
a (Constant)	.632	.126	
R = .847	Adjusted R Square = .717		F = 1010.602
R Square = .717	Std. Error Square = .32654		

**p < .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวมีผลมาจากปัจจัยที่ส่งผลหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (X6) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

สมการ $Y = a + B_n (X6)$

$Y = .632 + .865$

อธิบายความว่า

ความตั้งใจกลับมาเยือน = .632 (ค่าคงที่) + .865 (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .847

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square)= .717

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .717

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error Square) = .32654

จะเห็นว่าเมื่อนำตัวแปรเข้าสู่สมการพยากรณ์แล้ว ก็จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .847 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .717 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 71.70

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จำนวน 400 คน จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติโดยภาพรวมและรายด้านพบว่าอยู่ในระดับ “มากที่สุด” และความตั้งใจกลับมาเยือนโดยภาพรวมและรายด้านพบว่าอยู่ในระดับ “มากที่สุด”

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับ “มากที่สุด”

3. ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise regression) เพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จากปัจจัย 5 ปัจจัย พบว่า มีปัจจัยที่ทดสอบแล้วว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับจากปัจจัยที่มีค่าอำนาจพยากรณ์จากสูงไปหาต่ำได้ดังนี้ คือ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y = .258 + .559 + .111 + .277$$

ส่วนปัจจัยที่เหลือถูกตัดออกจากสมการ เนื่องจากทดสอบความมีอิทธิพลแล้วพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter regression) เพื่อพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อความตั้งใจกลับมาเยือน พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y = .632 + .865$$

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ปัจจัยที่พยากรณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือน

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาพิจารณา ดังนี้

1. ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จากปัจจัย 5 ปัจจัย พบว่า มีปัจจัยที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับจากปัจจัยที่มีค่าอำนาจพยากรณ์จากสูงไปหาต่ำได้ดังนี้ คือ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

Y = .258 + .559+ .111+ .277

โดยมีค่าอำนาจการทำนายร้อยละ 76.4

จากสมการพยากรณ์นี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี จะมีความสัมพันธ์กับปัจจัย ทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าว โดยที่ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยแรกที่เข้าสู่สมการพยากรณ์มีค่าอำนาจการทำนาย ร้อยละ 71.40 (R^2=.714) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

ปัจจัยที่สองที่เข้าสู่สมการพยากรณ์คือปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีผลในการเพิ่มสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์เท่ากับ .749 (R^2=.749) หรือมีอำนาจทำนายร้อยละ 74.9 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่นำมาศึกษาทั้ง 11 ปัจจัย ปัจจัยด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยอันดับที่สองที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

ปัจจัยที่สามที่เข้าสมการคือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีผลในการเพิ่มสัมประสิทธิ์การถดถอยมีค่าเท่ากับ .764 (R^2=.764) หรือมีอำนาจทำนายร้อยละ 76.4 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

2. ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือน ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำเข้าทั้งหมด เพื่อพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีต่อความตั้งใจกลับมาเยือน เมื่อทดสอบที่ใช้ปัจจัยพยากรณ์แล้วว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

Y = .632 +.865

โดยมีค่าอำนาจการทำนายร้อยละ 71.7

จากสมการพยากรณ์นี้แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือน สมการพยากรณ์มีค่าอำนาจการทำนาย ร้อยละ 71.7 แสดงให้เห็นว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวกับมาเยือนอีกครั้ง

5.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การอภิปรายผลของการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายออกเป็น 6 หัวข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด แม้ว่าอุทยานแห่งชาติกุยบุรีจะมีความสมบูรณ์ของพืชพรรณและสัตว์ป่าที่ดึงดูดใจ ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและน่าสนใจ จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวกล่าวในทำนองเดียวกันว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจ ความปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ฉะนั้น พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ภายในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุด ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก เนื่องจากอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาลมีเพียงบางจุดเท่านั้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวยังไม่หลากหลายที่เท่าควร โดยส่วนใหญ่จะเน้นไปที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกิจกรรมชมสัตว์ป่า สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ เช่น น้ำตกด่านมะค่า น้ำตกผาสวรรค์ น้ำตกห้วยดงมะไฟ น้ำตกผาหมาหอน เส้นทางศึกษาธรรมชาติและรวมไปถึงจุดชมวิวทิวทัศน์สันมะค่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่

ต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จึงอาจยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วไปซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีส่วนใหญ่เดินทางมาแบบไปเช้าเย็นกลับจึงมีโอกาสเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นไฮไลท์บางแห่งและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวชมสัตว์ป่าเพื่อชมกระทิงหรือช้างป่าเพียงเท่านั้น จึงกล่าวได้ว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรียังไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ จึงส่งผลให้องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่พยากรณ์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยวอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและการเดินทางเข้าถึง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเชิงบวกกับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามได้ดี และเต็มใจให้บริการ รวมทั้งยินดีให้ความช่วยเหลือ มีป้ายบอกทิศทางปรากฏเป็นระยะจากถนนสายหลักและเห็นชัดเจนทำให้เดินทางได้อย่างสะดวก ซึ่งความสอดคล้องกับผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องซึ่งทำการศึกษาในประเด็นขององค์ประกอบด้านการบริการ เช่น งานวิจัยของ ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2564) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการ รวมถึงงานวิจัยของ สำราญ ทองเกิด และคณะ (2565) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรและการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบด้านบริการของเจ้าหน้าที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญ หมายความว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้เป็นปัจจัยพยากรณ์ที่สำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี อาจเนื่องมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่คือการนั่งรถยนต์เพื่อชมช้างป่าและกระทิงโดยมีผู้นำเที่ยวซึ่งเป็นคนท้องถิ่นให้บริการ ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวจึงมีโอกาสปฏิสัมพันธ์และได้รับการบริการจากผู้ให้บริการนำชมสัตว์ป่ามากกว่าเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ได้เข้าไปใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบริเวณทางเข้าเส้นทางชมสัตว์ป่าหรือบริเวณที่ทำการอุทยาน ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล

ครั้งนี้มุ่งเน้นที่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ จึงมีความเป็นไปได้ว่าการเก็บรวบรวบข้อมูลยังไม่ครอบคลุมการบริการของผู้นำเที่ยวเพื่อชมสัตว์ป่าซึ่งเป็นคนในชุมชนท้องถิ่นที่ให้บริการ ดังนั้น ประเด็นนี้จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยที่จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

สมมติฐานที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.143 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด ผลการศึกษาประเด็นนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ มณเฑียร วิริยะพันธุ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ส่วนหนึ่งของผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของทางอุทยานแห่งชาติ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Febriyana et al. (2020) ที่พบว่าตัวแปรด้านอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนน้ำตกเตเกนูงัน เกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่งอิทธิพลต่อความพึงพอใจหรือสามารถอธิบายความแปรปรวนที่เกิดขึ้นในความพึงพอใจได้ถึงร้อยละ 45 นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Hau and Omar (2014) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งของผลการวิเคราะห์พบว่า การบริการและความปลอดภัย ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ตามขอบเขตการวิจัยนี้ ได้แก่ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขา มีป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ มีแผนที่หรือโบชัวร์ให้ข้อมูลเพื่อบอกตำแหน่งในการใช้พื้นที่อย่างชัดเจน มีเจ้าหน้าที่ประจำการบริเวณจุดท่องเที่ยวและคอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และมีป้ายสื่อความหมายอธิบายให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเชิงบวกในระดับมากที่สุด ซึ่งประเด็นการศึกษาดังกล่าวพบว่าความสอดคล้องกับผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องเช่น งานวิจัยของวิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2559) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติเขาปู่ เขาย่า จังหวัดพัทลุง พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกายภาพระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐาน สถานที่จอดรถ จุดชมวิว สถานที่พัก และห้องสุขาปัจจัยเหล่านี้สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมถึงงานวิจัยของมณเฑียร วิริยะพันธุ์ (2562) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัวและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ

ของอุทยานแห่งชาติ ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

สมมติฐานที่ 4 การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.088 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด ผลการวิจัยกล่าวแสดงให้เห็นว่าการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางเว็บไซต์ของกรมอุทยานแห่งชาติทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และมีข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีที่มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊ก เช่น ประกาศเปิด-ปิด การท่องเที่ยวและการพักแรม หรือข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมพร้อมสำหรับการเดินทางมาเยือน เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ในปัจจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิดาภา เอกอินทร์ (2562) ศึกษาแหล่งข้อมูลข่าวสารและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้หญิงโสด พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศของนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งมักเดินทางร่วมกับเพื่อน วางแผนและจัดการเดินทางด้วยตนเองมากที่สุด และท่องเที่ยวทั้งวันธรรมดาและวันหยุด และใช้แหล่งข้อมูลเว็บไซต์สำหรับค้นหาและดูแผนที่อยู่บ่อยครั้ง โดยเนื้อหาข่าวสารท่องเที่ยวที่ใช้เป็นประจำ คือข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางทั่วไป ที่พัก และการเตรียมตัวก่อนเดินทาง รวมถึงงานวิจัยของ ถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ และวีระยุทธ พิมพาภรณ์ (2565) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว โดยความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกในอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

สมมติฐานที่ 5 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.562 จึงยอมรับสมมติฐานที่กำหนด ผลการวิจัยกล่าวแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด กลุ่มตัวอย่ารับรู้ว่าอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีสภาพแวดล้อมเหมาะแก่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ และทัศนียภาพ ทิวทัศน์ บรรยากาศ สภาพแวดล้อมโดยรวมของอุทยานแห่งชาติ กุยบุรีมีความสวยงาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ราณี อิสิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง (2560) ที่ได้วิจัยเรื่องการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย โดยระบุว่าจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีคือศักยภาพในการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพของพันธุ์พืชและสัตว์สูงมาก เป็นถิ่นกำเนิดไม้หอมหลายชนิด เช่น ไม้จันทร์หอม ยังเป็นถิ่นอาศัยของสัตว์ป่าที่สำคัญทั้งฝูงช้างป่า กระทิง และวัวแดง เป็นพื้นที่โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าบริเวณป่าสงวนแห่งชาติกุยบุรี อันเนื่องมาจากพระราชดำริเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนกับช้างป่า โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติมีความสมบูรณ์ต่อเป็นซาฟารีเมืองไทย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chaisanit et al. (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยประสบการณ์ท่องเที่ยวสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติ Gonarezhou และ Matusadona ประเทศซิมบับเว ผลการศึกษาพบว่าสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความรู้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและการได้มาชื่นชมสัตว์ป่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดให้ความพึงพอใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งผลการศึกษา พิชญา ดวงฟู (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในด้านแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เดินทางมายังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าหากแหล่งท่องเที่ยวยังคงไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่สวยงามทางธรรมชาติ ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวนับว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการมาเยือนนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาเยือน

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาเยือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.992 จึงยอมรับสมมติฐานที่กำหนด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับคาดหวังแล้วนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการที่ได้มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี และเมื่อพิจารณาจากเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายแล้ว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับการมาเยือน ผลการศึกษาในประเด็นนี้พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ De Nisco et al. (2015) พบว่าความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวมีอิทธิพลในทางบวกต่อความตั้งใจที่จะมาเยือนซ้ำ และการกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงบวกต่อในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรเชษฎ์ อ่ำสั้น (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการสนับสนุนการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากและส่งผลให้กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่คือ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการจะเกิดการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวได้นั้นสิ่งแรกที่ต้องให้ความสำคัญคือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Abdulla et al. (2019) ยังพบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Abou-Shouk et al. (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ พบว่าความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบาย ความแปรปรวนในความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 45 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาเยือน

5.3 ประโยชน์เชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ทางการบริหารจัดการ

ผลจากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี โดยจะก่อให้เกิดประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ 1) ประโยชน์เชิงวิชาการ โดยเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเยือน และ 2) ประโยชน์ทางการบริหารจัดการที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในด้านของการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความตั้งใจกลับมาเยือนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

5.3.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวคิด (Concept) และทฤษฎี (Theory) ที่เกี่ยวข้องรองรับ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือน โดยผลการศึกษาจะช่วยขยายและเพิ่มเติมแนวคิดเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวในบริบทของแหลงท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติต่อไป จากผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวที่ผู้วิจัยทำการศึกษานั้นล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลซึ่งสามารถวิเคราะห์และคาดการณ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ในอนาคตได้

2. การศึกษาครั้งนี้ได้มีการศึกษาถึงปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเยือน ที่จะสามารถนำไปอ้างอิงให้กับผู้อื่นที่ทำการศึกษาวิจัยที่มีความสอดคล้องกันเพื่อนำมากำหนดสมติฐานการวิจัยหรือประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการในการคัดเลือกหรือกำหนดตัวแปรในการวิจัยต่อไป

5.3.2 การประยุกต์ใช้ทางการบริหารจัดการ

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่ดูแลอุทยานแห่งชาติกุยบุรีควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมในฐานะแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่า โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้แก่ชุมชน

2. กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืชควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติและข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3. ขณะเดียวกันการดูแลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว ซึ่งอุทยานแห่งชาติกุยบุรีควรให้ความสำคัญเช่นเดียกัน

4. ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติกุยบุรี ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายหรือแนะนำเส้นทางศึกษาธรรมชาติแบบศึกษาด้วยตนเองระยะสั้นในบริเวณ

ใกล้เคียงให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาลักษณะไปเช้า-เย็นกลับ เพื่อสร้างความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5. ด้านคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่แล้ว อุทยานแห่งชาติกุยบุรีควรทำการฝึกอบรมมาตรฐานการนำเที่ยวและการบริการให้กับผู้นำเที่ยวที่เป็นคนในท้องถิ่น เช่น เทคนิคการสื่อความหมาย ทักษะการนำชม จิตวิทยาการบริการและการสื่อสาร เนื่องจากกิจกรรมชมสัตว์ป่าได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ประเด็นสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านกิจกรรมสื่อความหมายและการนำชมสัตว์ป่าของผู้นำเที่ยวท้องถิ่น เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

2. ควรมีการจัดทำการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ได้ผลการวิจัยหรือข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทางผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในเชิงลึกต่อไป

3. ควรทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร่วมด้วยเนื่องจากอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทั้งมาเป็นกลุ่มหรือมาคนเดียว

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รายการอ้างอิง

Abdulla, S. A. M., Khalifa, G. S., Abuelhassan, A. E., & Ghosh, A. (2019). Antecedents of Dubai revisit intention: The role of destination service quality and tourist satisfaction. *Restaurant Business,* 118(10), 307-316.

Abou-Shouk, M. A., Zoair, N., El-Barbary, M. N., & Hewedi, M. M. (2018). Sense of place relationship with tourist satisfaction and intentional revisit: Evidence from Egypt. *International Journal of Tourism Research,* 20(2), 172-181.

Adinegara, G. N. J. (2019). Perception of Tourism Satisfaction: A Study at Blimbingsari Tourism Village in Bali. *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS,* 3(2), 157-170.

Al-Ababneh, M. M. (2013). Service quality and its impact on tourist satisfaction. *Institute of Interdisciplinary Business Research,* 164.

Ali, J. A., & Howaidee, M. (2012). The impact of service quality on tourist satisfaction in Jerash. *Interdisciplinary Journal of contemporary research in business,* 3(12), 164-187.

Bargeman, B., & van der Poel, H. (2006). The role of routines in the vacation decision-making process of Dutch vacationers. *Tourism Management,* 27(4), 707-720.

Bhuiyan, M. A. H., Darda, M. A., & Hasan, M. R. (2021). Tourist perception and satisfaction on safari tourism at Bangabandhu Sheikh Mujib Safari Park in Bangladesh. *International Journal of Geoheritage and Parks,* 9(4), 430-440.

Biswas, C., Omar, H., & Rashid-Radha, J. Z. R. R. (2020). THE IMPACT OF TOURIST ATTRACTIONS AND ACCESSIBILITY ON TOURISTS'SATISFACTION: THE MODERATING ROLE OF TOURISTS'AGE. *Geo Journal of Tourism and Geosites,* 32(4), 1202-1208.

Caber, M., Albayrak, T., & Crawford, D. (2020). Perceived value and its impact on travel outcomes in youth tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism,* 31, 100327.

Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism*

Review, 74(3), 443-462.

Celata, F. (2007). Geographic marginality, transport accessibility and tourism development. *Global tourism and regional competitiveness*, 37-46.

Chaisanit, P., Keawnet, P., Tungpruan, K., & Yodsuwan, C. (2021). INVESTIGATING THAI TOURIST'S TRAVELING BEHAVIOR FOR HOT SPRING MANAGEMENT TO PROMOTE HEALTH TOURISM IN CHIANG RAI. *Content Page*, 147.

Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport & Tourism,* 15(3), 239-259.

Collier, M. A., Ali, S., Mann, J., & Bansal, S. (2020). Impacts of human disturbance in marine mammals: Do behavioral changes translate to disease consequences? Full methods and Analysis.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika,* 16(3), 297-334.

De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., & Napolitano, M. R. (2015). Tourism satisfaction effect on general country image, destination image, and post-visit intentions. *Journal of Vacation Marketing,* 21(4), 305-317.

De Nisco, A., Papadopoulos, N., & Elliot, S. (2017). From international travelling consumer to place ambassador: Connecting place image to tourism satisfaction and post-visit intentions. *International Marketing Review,* 34(3), 425-443.

Digun-Aweto, O., Fawole, O. P., & Van Der Merwe, P. (2019). Nature Tourism Satisfaction in Okomu National Park, Edo State, Nigeria. *Polish Journal of Sport and Tourism,* 26(4), 32-37.

Du, P., Zhang, C., & Yang, L. (2020). The impact of perceived value and group norm on environmentally friendly behavior of mangrove reserves in coastal cities: The mediating role of tourism satisfaction. *Journal of Coastal Research,* 111(SI), 243-247.

DuangnapaSuwannatada, C. J., & Chaisanit, P. (2021). Sustainability Success Factors of North Eastern Rajabhat University Group. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology,* 25(6), 16377-16395.

Febriyana, G. M. S., Suprastayasa, I. G. A., & Darmiati, M. (2020). Do Facilities Affect

Tourists' Satisfaction at Natural Tourist Attraction? A Case at Tegenungan Waterfall in Bali. *TRJ Tourism Research Journal,* 4(2), 104-112.

González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Gómez, C. P. (2020). Facial-expression recognition: An emergent approach to the measurement of tourist satisfaction through emotions. *Telematics and Informatics,* 51, 101404.

Green, M. (2001). *Japan's reluctant realism: Foreign policy challenges in an era of uncertain power*: Springer.

Grenčíková, A., Vojtovič, S., & Gullerová, M. (2013). Staff qualification and the quality of tourism-related services in the Nitra region. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*(21), 41-48.

Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). A global p-erspect-ivie. *Kennesaw: Kennesaw State University*.

Hau, T. C., & Omar, K. (2014). The impact of service quality on tourist satisfaction: the case study of Rantau Abang Beach as a turtle sanctuary destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences,* 5(23), 1827.

Huh, J. (2002). *Tourist satisfaction with cultural/heritage sites: The Virginia Historic Triangle.* Virginia Tech,

Joseph, L. C., Soundararajan, V., & Parayitam, S. (2022). The relationship between attraction, perception of service, opportunities and tourist satisfaction in backwater tourism in Alappuzha district of Kerala in India. *Tourism and Hospitality Research,* 22(3), 314-335.

Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of tourism research,* 14(4), 553-575.

Li, M., Cai, L. A., Lehto, X. Y., & Huang, J. (2010). A missing link in understanding revisit intention—The role of motivation and image. *Journal of Travel & Tourism Marketing,* 27(4), 335-348.

Liu, C.-H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management,* 52, 42-54.

Maslow, A. H. (1943). Preface to motivation theory. *Psychosomatic medicine,* 5(1), 85-92.

McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (1995). *Tourism: principles, practices, philosophies*: John Wiley and Sons.

McLeod, S. (2018). Jean Piaget's theory of cognitive development. *Simply Psychology,* 18(3), 1-9.

Mill, R. C. (1990). *Tourism: The international business*: Prentice Hall Englewood Cliffs, NJ.

Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Reyes-Guizar, L. A. (2016). Tourist satisfaction and the souvenir shopping of domestic tourists: extended weekends in Spain. *Current Issues in Tourism,* 19(8), 845-860.

Pradana, G. Y. K., & Pantiyasa, I. W. (2018). *Makotek as a Tourist Attraction in Munggu Village, Bali.* Paper presented at the 2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2018).

Puh, B. (2014). Destination image and tourism satisfaction: The case of a Mediterranean destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences,* 5(13), 538.

Qu, H., & Ping, E. W. Y. (1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management,* 20(2), 237-244.

Salleh, M., Omar, K., Yaakop, A. Y., & Mahmmod, A. R. (2013). Tourist satisfaction in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science,* 4(5), 221-226.

Slabbert, E., Du Plessis, E., & Digun-Aweto, O. (2021). Impacts of tourism in predicting residents' opinions and interest in tourism activities. *Journal of Tourism and Cultural Change,* 19(6), 819-837.

Sparks, B., & Tideswell, C. (2003). Services marketing issues in tourism and hospitality. In *Services marketing: a managerial approach* (pp. 391-417): John Wiley & Sons.

Sukmawati, N. M. R., Ernawati, N. M., & Nadra, N. M. (2018). Luxury tourism: A perspective of facilities and amenities. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events,* 2(1), 32.

Tavares, J. M., Neves, O. F., & Sawant, M. (2018). The importance of information in the destination on the levels of tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Policy,* 8(2), 129-146.

Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British*

food journal, 109(9), 721-734.

Tóth, G., & Dávid, L. (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. *Applied Geography,* 30(4), 666-677.

Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of tourism research,* 33(4), 1141-1158.

Wang, W.-C. (2015). Visitor perception, interpretation needs, and satisfaction of eco-tourism: the case of Taijiang National Park, Taiwan. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal,* 5(2), 180-200.

Williams, R. (2005). A new algorithm for optimal 2-constraint satisfaction and its implications. *Theoretical Computer Science,* 348(2-3), 357-365.

Yamane, K. (1967). *The Synthesis and Reactions of Pyridotropolones.* Shinshu University Library,

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of destination marketing & management,* 8, 326-336.

กนกพร กิ่งเกตุ และวรรณารักษ์ จันทร์เพ็ญ. (2565). ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ ภายใต้สถานการณ์โควิด ๑๙. วารสารมหาจุฬาวิชาการ, 9(2), 260-273. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMA/article/view/258632

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2565). ข้อควรรู้สำหรับประชาชนในการติดต่อราชการ. Retrieved from https://www.labour.go.th/index.php/2023-03-27-11-39-22

จริยา ตันติวราชัย และอนุชิต จันทรโรทัย. (2560). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว : Characteristic Attributes of Staff in Service Industries and Tourism. *Journal of Information,* 16(1), 27-36.

จักรกฤษณ์ แสนพรหม. (2556). ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้สูงอายุในพื้นที่ กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุบริวารของพระธาตุพนมจังหวัดนครพนม สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี.

จาง หลิง. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิต ความไว้วางใจ บุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ และความดึงดูดใจของ

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,

จิดาภา เอกอินทร์. (2562). แหล่งข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการเดินทางท่องเทียวของผู้หญิงโสด. วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 23(2), 80-97.

ชลลดา มงคลวนิช. (2556). ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย. *Journal of Cultural Approach,* 14(25), 44-57. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/10781

ชลิตา เฉลิมรักชาต. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณหทัย มุขดีสุทธวัฒน์. (2565). ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,

ณัฏฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2562). ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักทอ่งเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน พระบรมธาตุนาดูน สำหรับการท่องเที่ยว เพื่อคนทั้งมวล. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(2), 130-143. Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/191355

ดนัย บวรเกียรติกุล. (2561). งานอนามัยสิ่งแวดล้อมกับการท่องเที่ยว. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(1), 81-92. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/123377

ถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ และวีระยุทธ พิมพาภรณ์. (2565). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อดิจิทัล ต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว ในบทบาทของความเชื่อมั่นในข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(1), 50-60. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/article/view/246006

ทรงพร นิรพาธ. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีตัวแปรการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นตัวแปรควบคุม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ.

ธนานพ เอื้ออารี และสุวัฒนา ธาดานิติ. (2562). แนวทางการปรับปรุงผังบริเวณสำหรับการพัฒนาสิ่ง

อำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเขตบริการอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 6(1), 239-256. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/isshmu/article/view/192919

ธนิต บุตรทิพย์สกุล. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา. บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

นิรุตต์ จรเจริญ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์บริการข้อมูล 3 ภาษาเพื่อสนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตเมืองกาญจนบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล. มนุษยสังคมสาร (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 19(1), 181-203. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhusoc/article/view/248464

ประภัสศรี โคทส์. (2562). การพัฒนารูปแบบการบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย. วารสารห้องสมุด สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ, 63(1), 109-132. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/194099

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. (2564). ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(2).

ปุณยวีร์ ศรีรัตน์. (2559). การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เมื่อได้รับการประกาศเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ของไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 9(2), 149-158. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/82154

พรมิตร กุลกาลยืนยง. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในคุ้งบางกะเจ้า. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 9(1), 32-41. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/249766

พัฐชญาณ์ แซ่โง้ว. (2559). การวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค Generation Y ในภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทยด้วยโมเดล AIO. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 3(2), 43-70. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/116748

พิชญา ดวงฟู. (2559). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิมพ์วิภา ตราชูวนิช (2564). ปริทัศน์บทความวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คุณภาพในบริบทประเทศไทย. *Sarasatr,* 5(3), 497-508.

เพียงใจ คงพันธ์. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเขาศูนย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 12(1), 15-29. Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/244532

มณเฑียร วิริยะพันธุ์. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร. การประชุมวิชาการระดับชาติ วลัยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 11(5).

มนต์ธร ตั้งภาณุกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รัมภ์รดา สารอูป และมณฑกาณติ ชุบชูวงศ์. (2564). การศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ณ บ่อน้ำพุร้อนฝาง อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(1), 136-146. Retrieved from https://so05.tci-thaijo.org/index.php/scaj/article/view/246773

ราณี อิสิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง. (2560). Development of Ecotourism Attraction Standards in Thailand. *Dusit Thani College Journal,* 11(special), 1-17. Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/135742

เลิศพร ภาระสกุล. (2559). อิทธิพลของแรงจูงใจปัจจัยผลักที่มีต่อแรงจูงใจปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 30(96), 172-184. Retrieved from https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/244556

วศิน เพชรพงศ์พันธ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร: Factors Influencing Impressions on Arts and Cultural Tourism in Sakon Nakhon Province. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 16(1), 189-203. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/255027

วัชรพล วรดิเรก. (2558). การพัฒนา และปรับปรุงภูมิทัศน์ชายหาดท่องเที่ยวบนเกาะล้านจังหวัดชลบุรี. จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย,

วัชระ ยี่สุ่นเทศ และคณะ. (2562). ปัจจัยการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจใน

คุณภาพ การให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(2), 1-11. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj/article/view/252395

วันวิสาข์ ศรีกลับ. (2561). ปัจจัยความสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวสวนสัตว์. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิริยะพันธุ์ วนาลี. (2563). ความพึงพอใจของผู้มาเยือนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 11(1). Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/224767/164432

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเขาปู่-เขาย่า จังหวัดพัทลุง. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ. (2563). การสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนเค็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2(2), 60-78. doi:10.14456/mjba.2020.10

ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน. (2565). การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา. *RMUTT Global Business and Economics Review,* 17(1), 122-134. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/256284

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2564). การเผยแพร่ข้อมูลตามหลักธรรมาภิบาล. Retrieved from https://www.dga.or.th/document-sharing/dga-3263/

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). ศัพท์บัญญัติ สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. Retrieved from https://www.orst.go.th/iwfm_list.asp?p=ABOUT-RUL-0&s=1

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2553). การรายงานข้อมูลทางสถิติอุทยานแห่งชาติกุยบุรี. Retrieved from https://www.dnp.go.th/statistics/2553/stat2553.asp

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2566). ข้อมูลอุทยานแห่งชาติกุยบุรี. Retrieved from https://portal.dnp.go.th/Content/nationalpark?contentId=1015

สำราญ ทองเกิด และคณะ. (2565). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย. วารสารวนศาสตร์ไทย, 41(1), 22-34. Retrieved from https://li01.tci-thaijo.org/index.php/tjf/article/view/252098

สุกิจ ชัยมุสิก. (2560). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมของประชาชน ตำบลเกาะช้างใต้

อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. วารสาร สถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 8(1), 95-105. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yri/article/view/188621

สุรเชษฎ์ อ่ำสั้น. (2560). แนวทางการสนับสนุนการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงใหม่. คณะการจัดการการท่องเที่ยว. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,

สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เสรี วรพงษ์. (2557). สิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: สิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 1(1), 170-185. Retrieved from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/isshmu/article/view/145918

เสรี วรพงษ์ และยรรยงศ์ อัมพวา. (2562). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เทศบาลนครอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, 25(1), 25-41. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swjournal/article/view/170520

อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์. (2560). ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงถวิลหาอดีต กรณีศึกษาเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อิทธิชัย แก่นวงศ์คำ. (2563). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อิศรา กันแตง. (2558). หมู่บ้านไต บริบทของ “เฮือนไต” กับการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม. สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวินิจฉัย, 14(1), 1-20. Retrieved from https://so01.tci-thaijo.org/index.php/arch-kku/article/view/43972

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

คำชี้แจง

การศึกษาครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้นำไปใช้ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่น ๆ

2.อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-30 ปี

☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี ☐ 61 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท

☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001-40,000 บาท

☐ 40,001-50,000 บาท ☐ 50,001 บาทขึ้นไป

5.อาชีพ

☐ ข้าราชการ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ☐ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐ อิสระ/รับจ้างทั่วไป ☐ นักเรียน นิสิต นักศึกษา

☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ☐ อื่น ๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี กี่ครั้ง

☐ มาครั้งแรก ☐ ครั้งที่สอง ☐ ครั้งที่สาม ☐ มากกว่าสามครั้ง

2.การเดินทางมาท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้ท่านได้พักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีหรือไม่

☐ พักค้าง ☐ ไม่พักค้าง

3.ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรีกี่วัน

☐ ไปเช้า-เย็นกลับ ☐ 2 วัน 1 คืน ☐ 3 วัน 2 คืน ☐ มากกว่า 3 วัน 2 คืน

4.จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี

☐ มาคนเดียว ☐ 2 คน ☐ 3-6 คน ☐ 7-10 คน ☐ อื่น ๆ .....

5.ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกุยบุรี กับบุคคลกลุ่มใด

☐ คนเดียว ☐ คนรัก ☐ เพื่อน ☐ ครอบครัว

☐ สถาบันการศึกษา ☐ คณะทัวร์ ☐ อื่น ๆ .....

6.ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานหางชาติกุยบุรี

☐ รถจักรยานยนต์ ☐ รถยนต์ส่วนบุคคล ☐ รถโดยสารประจำทาง

☐ รถบริษัททัวร์ ☐ อื่น ๆ .....

ส่วนที่ 3.1 แบบประเมินด้านสิ่งดึงดูดใจ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับแรงจูงใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	**ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว**					
1.1	ความสมบูรณ์ของพืชพรรณและสัตว์ป่า ในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ดึงดูดให้ท่านเดินทางมาเยือน					
1.2	ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่จูงใจให้ท่านเดินทางมาเยือน					
1.3	สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ยังไม่ถูกทำลาย					
1.4	กิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกุยบุรี มีความโดดเด่นและน่าสนใจ					
1.5	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีอากาศที่บริสุทธิ์ เหมาะสำหรับการพักผ่อน					

ส่วนที่ 3.2 แบบประเมินด้านการบริการ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2	**ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว**					
2.1	เจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ท่าน					
2.2	เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเต็มใจให้บริการและยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ท่าน					
2.3	ป้ายบอกทิศทางปรากฏเป็นระยะจากถนนสายหลักและเห็นชัดเจน ทำให้ท่านเดินทางมาถึงจุดหมายได้อย่างสะดวก					
2.4	ค่าบริการสำหรับกิจกรรมนั่งรถยนต์เพื่อชมสัตว์ป่าเหมาะสมและระบุไว้อย่างชัดเจน					
2.5	ยานพาหนะที่ให้บริการกิจกรรมชมสัตว์ป่ามีความเหมาะสมและปลอดภัย					
2.6	ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นในกิจกรรมชมสัตว์ป่าให้ข้อมูลได้อย่างดี และทำให้ท่านได้รับความรู้					

ส่วนที่ 3.3 แบบประเมินด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3	**ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว**					
3.1	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีจัดสถานที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอ ทำให้ท่านได้รับความสะดวก					
3.2	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีห้องสุขาอย่างเพียงพอและสะอาด ทำให้ท่านสะดวกสบาย					
3.3	ภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีป้ายหรือสัญลักษณ์ข้อห้ามต่างๆ บอกไว้อย่างชัดเจน ทำให้ท่านทราบว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร					
3.4	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีแผนที่หรือโบรชัวร์ให้ข้อมูล เพื่อบอกตำแหน่งในการใช้พื้นที่อย่างชัดเจน					
3.5	ภายในอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีเจ้าหน้าที่ประจำการบริเวณจุดท่องเที่ยว และคอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว					
3.6	มีป้ายสื่อความหมายอธิบายให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					

ส่วนที่ 3.4 แบบประเมินด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4	**ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว**					
4.1	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์ของกรมอุทยานแห่งชาติ ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว					
4.2	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ทำให้ท่านทราบถึงกิจกรรมการอนุรักษ์และความเคลื่อนไหวของอุทยานฯ					
4.3	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทาง เฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรี ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ					
4.4	ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางเฟซบุ๊กของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน					
4.5	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางเฟซบุ๊ก เช่น ประกาศเปิด-ปิดการท่องเที่ยวและการพักแรม หรือข้อควรปฏิบัติต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมพร้อมสำหรับการเดินทางมาเยือน เป็นต้น					

ส่วนที่ 3.5 แบบประเมินด้านสภาพแวดล้อม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	**ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว**					
5.1	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีการจัดการด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่าที่ดี					
5.2	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติที่ยังมีความสมบูรณ์					
5.3	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีเป็นพื้นที่ปลอดมลภาวะ					
5.4	ทัศนียภาพ ทิวทัศน์ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรวมของอุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีความสวยงาม					
5.5	อุทยานแห่งชาติกุยบุรีมีสภาพแวดล้อมเหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์					

ส่วนที่ 3.6 แบบประเมินด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6	**ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว**					
6.1	เมื่อเปรียบเทียบกับคาดหวังของท่าน ท่านพอใจต่อการที่ได้มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้					
6.2	เมื่อพิจารณาจากเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของท่าน ท่านพอใจกับการมาเยือนในครั้งนี้					
6.3	เมื่อพิจาราณาโดยภาพรวม ท่านรู้สึกพอใจต่อการมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีในครั้งนี้					

ส่วนที่ 3.7 แบบประเมินด้านความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	คำถาม	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7	**ด้านความตั้งใจกลับมาเยือน**					
7.1	ท่านมีความตั้งใจจะกลับมาเยือนที่อุทยานแห่งชาติกุยบุรีอีกครั้ง					
7.2	หากมีโอกาสและความพร้อมเมื่อใด ท่านจะกลับมาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรีอย่างแน่นอน					
7.3	ท่านจะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นรู้จักอุทยานแห่งชาติกุยบุรี					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

☺ ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามค่ะ ☺

ที่ อว 8606 (พบ) / 591

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

23 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นิภารัตน์ สายประเสริฐ

ด้วย นางสาวกาญจนา มั่นแนบ รหัสประจำตัว 631220091 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8606 (พบ) / 592

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

23 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.วีระ วีระโสภณ

ด้วย นางสาวกาญจนา มั่นแนบ รหัสประจำตัว 631220091 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8606 (พบ) / 590

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

23 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.อุษารดี ภู่มาลี

ด้วย นางสาวกาญจนา มั่นแนบ รหัสประจำตัว 631220091 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
ผู้รักษาการแทนรองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8618/ 0107

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ที่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

16 มีนาคม 2566

เรื่อง ขออนุญาตเข้าร่วมทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์
(นางสาวกาญจนา มั่นแนบ)

เรียน อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. คำขออนุญาตเพื่อเข้าร่วมทำการศึกษาหรือวิจัยฯ (แบบ อส/ว-01) จำนวน 3 ชุด
2. ข้อเสนอโครงการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์ (แบบ อส/ว-03) จำนวน 3 ชุด
3. เงื่อนไขประกอบการอนุญาตให้เข้าร่วมทำการศึกษาวิจัยฯ (แบบ อส/ว-04) จำนวน 1 ชุด

ด้วยนางสาวกาญจนา มั่นแนบ รหัสนักศึกษา 631220091 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์จะขออนุญาตเข้าทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิชาการ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติกุยบุรี” ณ อุทยานแห่งชาติกุยบุรี ระยะเวลาศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม 2566 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2566 รวมระยะเวลา 47 วัน โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต สังข์เฉย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงใครขอให้นางสาวกาญจนา มั่นแนบ เข้าดำเนินการศึกษาวิจัยในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ดังกล่าว ระหว่างวันที่ 15 มีนาคม 2566 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2566 โดยจะปฏิบัติตามกฎระเบียบของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดทุกประการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร. 032-594-031

บฑ 6

คำร้องขอหนังสือราชการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เรียน คณบดีคณะ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ข้าพเจ้า (นาย นาง นางสาว) กาญจนา มั่นแนบ รหัสประจำตัว 631220091
สาขาวิชา MBA ที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก เลขที่ 99/8 หมู่ที่ 12 ซอย
ถนน ตำบล/แขวง สวนหลวง อำเภอ/เขต กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร
รหัสไปรษณีย์ 74110 โทรศัพท์มือถือ 0849200449

มีความประสงค์ขอหนังสือ ดังนี้

- ○ 1. ขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย
- ○ 2. ขอทดลองเครื่องมือวิจัย
- ○ 3. ขอเก็บรวบรวมข้อมูล
- ○ 4. ขอข้อมูล/ขอถ่ายภาพ/ขอสนทนากลุ่ม
- ○ 5. ขอสัมภาษณ์
- ○ 6. ขอศึกษาดูงาน/ฝึกปฏิบัติงาน
- ○ 7. อื่น ๆ (ระบุ).....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการ

(ลงชื่อ) กาญจนา มั่นแนบ นักศึกษา
(นางสาวกาญจนา มั่นแนบ)

อาจารย์ที่ปรึกษา/อาจารย์ที่ปรึกษวิทยานิพนธ์หลัก/การค้นคว้าอิสระ

โปรดดำเนินการ

ลงชื่อ.....
(ผศ.ดร. ธนกฤต สังข์เฉย)
10 / มี.ค / 66

เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
เพื่อโปรดพิจารณาลงนาม หนังสือขออนุญาต
เข้าร่วมทำการศึกษาหรือวิจัยทางวิทยาการ ฯ โดยดำเนินการ
ตามแบบฟอร์มของทางหน่วยงาน
ทั้งนี้หากไม่มีแก้ไข โปรดลงนามในเอกสาร
ที่แนบมาพร้อมนี้
ศรัสดุ 10 มี.ค 66 10/3/66 17 มี.ค 66

ลงนามแล้ว
16 มี.ค 66
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ... สุทธะนันท์)
คณบดีคณะวิท... ...การ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กาญจนา มั่นแนบ
วัน เดือน ปี เกิด	9 มิถุนายน 2531
สถานที่เกิด	นครปฐม
วุฒิการศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	59/8 หมู่12 ถ.พุทธสาคร ต.สวนหลวง อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร 74110