



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ของประชากร  
ในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้

(สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล)

Tourism Behavior Factors of five Thailand's Southern  
Provinces's Residence

(Songkhla Nakornsrihammarat Pattalung Trang and Satun)

โดย ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และคณะ

เมษายน 2552

## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ของประชากร  
ในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้

(สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล)

Tourism Behavior Factors of five Thailand's Southern Provinces's  
Residence

(Songkhla Nakornsrihammarat Pattalung Trang and Satun)

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

เกียรติชัย พันธุ์คง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ชุดโครงการ การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน  
ของ 5 จังหวัดภาคใต้

(สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล)

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ให้ทุนสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยมหาดไทยที่เอื้อเวลาในการทำวิจัย

ขอขอบคุณหน่วยงานการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานมหาดใหญ่ สำนักงานนครศรีธรรมราช และสำนักงานตรัง และศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดสงขลา นครศรีพัทลุง พัทลุง ตรังและสตูล หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว และประชากรในพื้นที่ ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อคิดเห็นและข้อมูลต่างๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณธเนศ ทวีบุรุษ คุณจิรวัดณ์ นนทิกการ และคุณสุวิวัฒน์ชัย ดวงพัตรา ที่ช่วยเหลือในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

ขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ ที่ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

ขอขอบคุณ ผศ.ดร. ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร ที่ให้คำปรึกษาในการทำวิจัยตลอดทั้งโครงการ

ขอขอบคุณครอบครัวสิงห์ศักดิ์ตระกูล และครอบครัวพันธ์คงที่ให้การสนับสนุนด้วยดีเสมอมา

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูลและคณะ

10 เมษายน 2552

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

### หลักการและเหตุผล

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ มีอัตราลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน แนวทางหนึ่งที่จะทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของทั้ง 5 จังหวัดดีขึ้น คือการส่งเสริมสนับสนุนให้ประชากรในพื้นที่หันมาท่องเที่ยวในพื้นที่กันมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันจะเห็นว่าส่วนใหญ่ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังนิยมท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งเหตุผลส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจาก มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ในระดับน้อย มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ในระดับน้อย หรือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ พร้อมทั้งหาแนวทางให้ประชากรในพื้นที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม โดยการนำแบบสอบถามไปสอบถามประชากรจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 400 คน และทำการสัมภาษณ์ (Depth Interview) โดยการนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จังหวัดละ 30 คน ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และจัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชนธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จังหวัดละ 30 คน เพื่อหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic regression Analysis)

### ผลการศึกษา

#### 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน ทั้งนี้เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมเมือง ที่มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ซึ่งได้สร้างความกดดัน และความเคร่งเครียดให้แก่ประชาชนทั่วไป ทำให้มีความจำเป็น

อย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ (นฤมล สมิตินันท์. 2527) ประชากรส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน ยกเว้นประชากรจังหวัดตรังและพัทลุงส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ และประชากรส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน ทั้งนี้ เพราะประชากรค้ำึงถึงความปลอดภัย จึงต้องการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1-2 ครั้ง/เดือน ซึ่งมีจำนวนไม่บ่อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชากรในพื้นที่มีความเคยชินและเบื่อหน่ายกับสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ดังนั้น ควรหาจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ มีการจัดกิจกรรมเสริมในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ประชากรส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ เนื่องจากกิจกรรมทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม่าย/หย่าร้างซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จะเลือกกิจกรรมทางน้ำ ในขณะที่กิจกรรมศึกษาธรรมชาติเหมาะสำหรับคนที่มีชอบความโลดโผนและการ ผจญภัย โดยเฉพาะเพศชาย และประชากรส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทั้งนี้ เพราะประชากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ชื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมให้มากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชนควรมีการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมในหลักสูตรการเรียนการสอน เช่น การทัศนศึกษา หรือ การเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น

## 2) ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว

ประชากรจังหวัดสงขลามีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลามีความเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ขาดเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและร่องรอยทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะอาด นอกจากนี้ประชากรยังมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสินค้าที่ระลึกยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แต่ประชากรจังหวัดสงขลามีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะอาดของร้านอาหาร และความเหมาะสมของราคาอาหารและที่พัก ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมความสะอาดและราคาอาหารและที่พักให้มีความเหมาะสม ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความน่าสนใจของเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวและมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าที่มีความโดดเด่นในเรื่องของศาสนานบธรรมเนียนมประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต มีสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ

นอกจากนี้ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมากที่สุด เพราะสินค้าที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีหลากหลายประเภท เช่น ประเภทอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมบุญเดือนสิบ และประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นค่อนข้างสูง เช่น เครื่องถม ซึ่งเป็นหัตถกรรมสำคัญของนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักแพร่หลายมาแต่อดีต สร้อยนระโม สร้อยเงิน และสร้อยสามกษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่ตกทอดกันมาช้านานด้านฝีมือช่างเงินของชาวนครศรีธรรมราชที่ประดิษฐ์ถักสร้อยสร้อยนานาชนิด แต่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทัศนคติต่อการบริการน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยการพูดที่ห้าวและห้วน เป็นเหตุให้การพูดจาสนทนาของประชากรในพื้นที่ขาดทางเสียงที่เสริมแต่งเพื่อให้ฟังไพเราะ อ่อนโยนฟังระรื่นหู รวมถึงการแสดงออกต่างๆ ที่ดูแข็งกระด้าง ทำให้คนที่ได้ฟังเกิดความรู้สึกไม่พอใจ

ประชากรจังหวัดพัทลุงมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี แต่ประเด็นความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างลำบากและมีระยะทางไกล จึงควรปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวกมากขึ้น และประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยทัศนคติที่น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดพัทลุงขาดการประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง และไม่มีการประชาสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยมีความน่าสนใจ ดังนั้นทางจังหวัดพัทลุงควรมีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดทั้งปี และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงมุมที่ติดป้าย สีของตัวอักษร เน้นรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ และข้อความแบบพาดหัวข่าว สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าบกและชายเลน และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษน่าสนใจ เช่น ถ้ำเลเขากอบซึ่งเป็นถ้ำเดียวที่มีหาดทรายในถ้ำ และมีธารน้ำไหลผ่านและล้อมรอบ หรือ ภูผาเมฆซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นเหมือนเมืองเหนือและสามารถเห็นทะเลหมอกได้ แต่ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อความปลอดภัยน้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดตรังหลายแห่ง โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด และน้ำตก มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติค่อนข้างสูง ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากทางหน่วยงานราชการต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสำหรับประชากรในพื้นที่

ในราคาถูก และเทศบาลนครตรังจัดโครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

ประชากรจังหวัดสตูลมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจและการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสตูลยังไม่มี การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล ดังนั้นทางจังหวัดสตูลควรมีการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล และควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางบกให้มีความสวยงามและมีจุดเด่นที่น่าสนใจ ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกและการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับเฉยๆ

3) **ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น เมื่อพิจารณาความรู้ความเข้าใจของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดสตูลมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่ายเรียนรู้ และทัศนศึกษา เป็นต้น

4) **การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลที่ได้รับในระดับมากคือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงาน ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ วิทยุ รองลงมาคือ โทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะสื่อทั้ง 2 ประเภท เป็นสื่อที่สามารถกระจายเข้าถึงคนหมู่มาก (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 134) ส่วนสื่อที่ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลที่น้อยที่สุดคือ พ็อคเก็ตบุ๊ก เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัด พบว่าประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดพัทลุงมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด

## 5) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ สามารถสรุปได้ดังนี้

**5.1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่านักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะนักวิชาการมีพฤติกรรมใฝ่รู้ และชอบแสวงหาความรู้อยู่เสมอ จึงทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่วนนักเรียน/นักศึกษานั้นส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การทัศนศึกษา และการเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา

**5.2) บุคคลที่เดินทางมาด้วย** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม่าย/หย่าร้างชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน เพราะกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมชอบเที่ยวและสังสรรค์กับเพื่อนอยู่เสมอ ดังนั้นจึงเลือกเดินทางกับเพื่อนมากกว่าเดินทางกับบุคคลอื่น

**5.3) จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพบว่า ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะทางกายภาพและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงมีความอ่อนแอและมีความหวาดกลัวต่อภัยอันตรายต่างๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงชอบที่จะเดินทางกับคนจำนวนมาก เพราะมีความรู้สึกปลอดภัยกว่า ในขณะที่เพศชายชอบเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนข่างมาก ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำกว่ากลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางน้อย ทั้งนี้เพราะเมื่อมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีจำนวนไม่เพียงพอหรือไม่สะอาด จึงทำให้กลุ่มดังกล่าวมีทัศนคติที่ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่า



**5.4) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีการท่องเที่ยวมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548: บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะการศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากคนที่การศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา (ธเนศ ศรีสถิต,ม.ป.ป) ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะรายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นั่นคือยังมีรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นไปด้วย (ธเนศ ศรีสถิต,ม.ป.ป.) ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ดังที่แนนซี ซวาทซ์ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัว โดยที่ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม (สุรีย์ จันทน์โมลี, 2526 : 37 - 47) ฉะนั้นเมื่อประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ฉะนั้นประชากรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มาก ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย ประชากรที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยก็จะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย (กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,ม.ป.ป.)

**5.5) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แสดงว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้าง

ต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมหลายๆ แห่งมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะ ซ่อมแซม ขาดเรื่องราวและหลักฐานที่ ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลาย และไม่น่าสนใจ และสินค้าที่ระลึกยังไม่หลากหลาย ยังไม่ค่อยมีความสวยงาม และไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความปลอดภัยกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่างๆ โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัย เช่น สัญญาณเตือนภัย และเส้นทางหลีกเลี่ยง เป็นต้น

**5.6) กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า ประชากรเพศชาย ชอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะเพศชายชอบการผจญภัยหรือความผาดโผน และเพศชายมีร่างกายที่แข็งแรงและมีความอดทนมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้ผู้ชายส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น เดินป่า ขี่จักรยาน ซึ่งมีความลำบากมากกว่า ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและทัศนคติต่อความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1.1 ด้านการรับรู้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม และจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่าย และการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรวัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนัก

และจิตสำนึกให้เยาวชนมีความห่วงใยในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

5) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

## 1.2 ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควบคุมความจำเพาะของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หากจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2) ควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงามพร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

## 1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคลเช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

2) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ให้แก่เยาวชน โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมตามประเพณี และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ และประเพณีชักพระ เป็นต้น

3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

4) ควรมีสุนัขข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ

#### 1.4 ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว

- 1) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล
- 2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ไหว้พระ 9 วัด การตีโพน 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- 3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

#### 1.5 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

- 1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น
- 2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 3) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่สนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น
- 4) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ โดยทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น
- 5) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ และประเพณีทำบุญเดือนสิบ

6) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ตลาดไก่กิ้ง โด่ง ตลาดน้ำ หรือกิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และพายเรือ หรือกิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกิต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

### 1.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น ที่พักสถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น

2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ห้องละหมาด และที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาระดับมัธยมศึกษา เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

### 1.7 ด้านการบริการ

1) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### 1.8 ด้านความปลอดภัย

1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด หรือจัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ หรือมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ เส้นทางหลักภัย เป็นต้น

3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อ่างน้ำขังเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และความมีแสงสว่างที่เพียงพอ

### 1.9 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมคำแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคำแนะนำไปแลกการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พักรับประทานอาหารค่ำ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 - 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแห่ง เป็นต้น

4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่

5) การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน

2.2 ควรศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านการรับรู้ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น

## บทคัดย่อ

**รหัสโครงการ** : ABTC/SSPNT/00005

**ชื่อโครงการ** : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ของประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัด

ภาคใต้ (สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล)

**ชื่อนักวิจัย** : ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ เขียวชัย พันธุ์คง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

E-mail Address: p\_thaweeburus@hotmail.com

**ระยะเวลาโครงการ** : 1 มกราคม 2551 – 31 ธันวาคม 2551

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างคือประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 2,000 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยโลจิสติก ผลการวิจัยพบว่า

ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่ประเด็นการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ และความน่าสนใจของเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ระลึก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความรวดเร็วของการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะดวกของร้านอาหาร ความสะดวกและเพียงพอของห้องน้ำ และ ความเหมาะสมของราคาที่พักที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความเสียหายต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น และประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่

ไม่ใช่บุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานที่อยู่ในระดับมากร ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ ระดับการศึกษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย ปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ คือ อายุ การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย

แนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สำคัญ คือ สร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่เยาวชน การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม มีจุดเด่น และมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ควรเน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน 1 อำเภอ หรือเที่ยวสบาย ๆ ในสองร้อยกิโล และส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง ควรจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง และควรจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือสะสมคะแนนการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อนำไปแลกใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวฟรี 1 ครั้ง การมีส่วนลดหรือให้เข้าใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ในราคาพิเศษ การจัดรายการชิงโชค หรือการมอบใบประกาศนียบัตรสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ เป็นต้น

**คำหลัก :** พฤติกรรมการท่องเที่ยว ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร



## ABSTRACT

**Project Code** : ABCT/SSPNT/00005  
**Project Title** : Tourism Behavior Factors of five Thailan's Southern Provinces's  
Residence (Songkhla Nakornsrihammarat Pattalung Trang and Satun)  
**Investigators** : Singsaktrakul P., Pankong T.  
Hatyai University  
**Email Address** : p\_thaweeburus@hotmail.com  
**Project Duration** : 1 January -31 December 2009

The purpose of this research was to investigate the factors which influenced the local tourism behavior of the 5 Provinces, Songkhla, Nakornsrihammarat, Pattalung, Trang and Satun, residents, attitudes on tourist attractions, tourism knowledge and understanding, and the tourism information receiving. The samples were 400 people from each province, total 2,000 people. A set of questionnaires, a set of interview forms, and focus group method were used to collect the data which was then analyzed employing percentage, means, standard deviation, and logistic regression.

The findings were:

The sample group's attitude toward tourist attraction was at a good level especially the beauty of the place had the highest mean score, but the connection with other tourist attractions had the lowest mean score. Public relations was at a normal level especially the variety of advertising medias, and the interest of advertising documents had the lowest mean score. Tourism activity/souvenir was found at a normal level especially the advertisement and souvenir sales promotion had the lowest mean score. Service was found at a normal level especially the quickness of the service was marked with the lowest score. The attitude toward facilities was found at a good level except for the cleanliness of restaurants and bathrooms, the sufficiency of public toilets, and the price of accommodations were found at normal levels. The sample group's attitude toward security was at a normal level especially for the risk of harm in traveling had the lowest mean score.

The majority of the sample group had moderate range of tourism knowledge and understanding; they understood almost every point of agrotourism and ecotourism, but hardly understood historical tourism concept.

Receiving of tourism information was found at a moderate level. Mostly the sample group received tourism information from personal media more than other medias especially receiving from family members, friends and colleagues was determined at a high level, and receiving from tourist agents and officers was at a moderate level.

Factors influenced the purpose of tourism were career, educational level and tourism knowledge and understanding. The results showed that factors which influenced choice of accompanied people were marital status and career. It was found that factors influenced the numbers of accompanied people were gender, marital status and attitudes toward facility. It was found that factors influenced the tourism frequency were educational level, income, tourism knowledge and understanding included information receiving from other channels, attitudes to service, facility and security. The factors influenced choice of tourist attractions were age, information receiving from other channels included attitudes toward tourist attraction condition, activity/souvenir and security. It was found that factors influenced selection of tourism activities were age, attitudes to facility and security.

Guidelines to impel the local tourism are; (1) give knowledge about local tourism to the youth, (2) improve physical environment; make it scenic and unique, create new things, collect the historical evidences and stories and connect them with other tourism attractions, (3) emphasize local tourism public relations via other medias not personal medias to local people, (4) promote one day one district tourism project or the 200 km. cool traveling project, (5) provide nearby places study trip for the government sectors, (6) create various additional activities, (7) make a risk analysis and assess tourist hosting capacity (8) thoroughly provide efficient preventive measures, and (9) set up sales promotions for local people such as issue incentive coupons to exchange with other tourism services one time for free, entrance discount, a free visit, or set a special price program, lucky draw, or give a certificate for completing the target amount.

**Keywords:** tourism behavior, attitudes on tourist attractions , knowledge and understanding , information receiving.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ฐ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฅ
สารบัญ	ด
สารบัญภาพ	ถ
สารบัญตาราง	ท
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
คำถามการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ขอบเขตการวิจัย	5
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	6
<b>บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
ทบทวนวรรณกรรม	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	34

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลศึกษาและการอภิปรายผล</b>	
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	38
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่	40
ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว	59
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	77
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับท่องเที่ยว	85
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่	92
แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่	107
<b>บทที่ 5 บทสรุป</b>	
บทสรุป	132
ข้อเสนอแนะ	142
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. บทควมวิจัย	150
ภาคผนวก ข. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	166
ภาคผนวก ค. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรม ที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ	168
ภาคผนวก ง. ตัวอย่างแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์	182
ภาคผนวก จ. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินงาน	189
ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณะวิจัย	201

## สารบัญภาพ

### หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model) 20

## สารบัญตาราง

### หน้า

ตาราง 3.1 แสดงขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	28
ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัด	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.8 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วย	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.10 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามเพศ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.11 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามอายุ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.12 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามสถานภาพสมรส	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.13 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามระดับการศึกษา	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.14 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามอาชีพ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.15 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)	Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.16 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามจังหวัด	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.17 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามเพศ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.18 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามอายุ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.19 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามสถานภาพสมรส	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.20 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามระดับการศึกษา	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.21 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามอาชีพ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.22 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.23 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.24 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามเพศ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.25 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอายุ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.26 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามสถานภาพ	Error! Bookmark not defined.

### สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตาราง 4.27 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่จำแนกตามระดับการศึกษา	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.28 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอาชีพ	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.29 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามรายได้	Error! Bookmark not defined.
ตาราง 4.30 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยว	Error! Bookmark not defined.

- ตาราง 4.31 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.32 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.33 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.34 จำนวนและร้อยละของการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.35 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอาชีพ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.36 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน) Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.37 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามจังหวัด Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.38 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามเพศ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.39 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามอายุ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.40 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามสถานภาพสมรส Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.41 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามระดับการศึกษา Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.42 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามอาชีพ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.43 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน) Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.44 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.45 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.46 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก Error! Bookmark not defined.
- ตาราง 4.47 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการ Error! Bookmark not defined.



ตาราง 4.48 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.49 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย Error! Bookmark not

defined.

ตาราง 4.50 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.51 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วย Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.52 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.53 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของกิจกรรมที่เลือก

Error! Bookmark not defined.

### สารบัญตาราง (ต่อ)

#### หน้า

ตาราง 4.54 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว

Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.55 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.56 จำนวนและร้อยละของการตอบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถูกและผิด Error! Bookmark

not defined.

ตาราง 4.57 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามจังหวัด Error! Bookmark not

defined.

ตาราง 4.58 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.59 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามบุคคลที่เดินทางด้วย Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.60 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.61 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.62 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามกิจกรรมท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.63 จำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.64 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามจังหวัด Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.65 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามวัตถุประสงค์ Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.66 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามบุคคล Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.67 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามจำนวนผู้ร่วม Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.68 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามจำนวนครั้ง Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.69 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามกิจกรรม Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.70 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามประเภทของ Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.71 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงการทำนายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.72 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.73 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทำนายบุคคลที่เดินทางมาด้วย Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.74 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายบุคคลที่เดินทางมาด้วย Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.75 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทำนายจำนวนผู้ร่วมเดินทาง Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.76 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายจำนวนผู้ร่วมเดินทาง Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.77 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทำนายจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.78 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ Error!

Bookmark not defined.

ตาราง 4.79 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทำนายการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว Error! Bookmark not

defined.

ตาราง 4.80 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายกิจกรรมท่องเที่ยว Error! Bookmark not defined.

### สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตาราง 4.81 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงทำนายแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ Error! Bookmark not defined.

ตาราง 4.82 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ Error! Bookmark not

defined.

## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นภาคบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นหนึ่งในภาคบริการหลักที่สร้างรายได้และนำเงินตราเข้าสู่ประเทศปีละจำนวนมหาศาล ทั้งผ่านทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และผ่านทางธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องอีกหลายประเภท อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สปา โรงพยาบาล ตลอดจนธุรกิจการบิน นำไปสู่การจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับรากแก้วอีกเป็นจำนวนมาก ทำให้คนเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ภาพรวมการท่องเที่ยวไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2550 ต้องเผชิญกับปัจจัยลบนับตั้งแต่ต้นปี เริ่มจากการลอบวางระเบิดในพื้นที่หลายจุดของกรุงเทพมหานคร ในคืนวันที่ 31 ธันวาคม 2549 โดยไม่เพียงแต่นำมาซึ่งความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินเท่านั้น แต่เหตุการณ์นี้ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากเกิดขึ้นในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและเป็นช่วงเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน จนเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวบางส่วนงดและ/หรือชะลอการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ซึ่งปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 20-30 นอกจากนี้ยังมีปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาจากปีที่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นความไม่แน่นอนทางการเมือง ความไม่สงบภายในประเทศ รวมถึงเหตุการณ์ก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ยังคงเกิดขึ้นอยู่เสมอ ส่งผลให้ ในไตรมาสแรก ปี 2550 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น 3.78 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 ชะลอลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 35.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าขณะที่ อัตราเข้าพักโรงแรมลดลงจากร้อยละ 69.8 ในไตรมาสแรก ปี 2549 เหลือร้อยละ 62 (ASTVผู้จัดการออนไลน์, 2550)

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยเฉพาะจากเหตุการณ์ก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาในภาคอื่นๆ มีจำนวนลดลง ซึ่งจากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2549 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่น เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลานครินทร์รวมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ลดน้อยลง เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 26.1 , 31.49 , 73.13 , 13.05 และ 54.04 ตามลำดับ นอกจากนี้จากการสำรวจของ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

(2550 : บทคัดย่อ) พบว่าประชากรจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดหลักของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจากการเดินทางระยะกลางและระยะไกลมาเป็นการเดินทางระยะสั้นๆ ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร โดยมีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นในอัตราสูงอันดับหนึ่ง คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.1 รองลงมา คือ การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในภาคกลางเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.0

แนวทางหนึ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูลมีสถานการณ์ดีขึ้น คือการกระตุ้นให้ประชากรในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันจะเห็นว่าประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังนิยมท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ดังที่ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า คนไทยเพียงร้อยละ 40 ที่เดินทางในภูมิภาคของตน ซึ่งเหตุผลส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจาก ประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ในระดับน้อย ดังที่ ขวัญจิต โชติช่วง (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นเกี่ยวกับการจัดการบริการเพื่อการท่องเที่ยวของภาคเหนือดีกว่าภาคใต้ หรือประชากรในพื้นที่ที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในระดับน้อย ดังที่เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า การได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างๆ นั้นส่วนใหญ่ได้รับโดยการบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ญาติมิตร สำหรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อต่างๆ ยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือจากการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายมากนัก หรือประชากรในพื้นที่ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นต้น ดังที่ วิโรจน์ สงวนวง (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยคมีความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง และดังที่ ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธ์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง

ดังนั้นในการที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชากรในพื้นที่ จำเป็นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น และการหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังกล่าว จำเป็นจะต้องหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่เสียก่อน ซึ่งปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร มีปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ และศึกษาว่ามีแนวทางใดบ้างในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้หันมาท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีสถานการณ์ที่ดีขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 ศึกษาระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
- 1.2.2 ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
- 1.2.3 ศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชากรในพื้นที่
- 1.2.4 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.2.5 ศึกษาหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่

## 1.3 คำถามการวิจัย

- 1.3.1 ระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
- 1.3.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
- 1.3.3 ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
- 1.3.4 ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.3.5 มีแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างไร

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.4.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.4.3 ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.4.4 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำ หรือกิริยาใดๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และซื้อบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจ โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

**ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ความรู้สึกของประชากรในที่เกิดจากการเรียนรู้ซึ่งมีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งประเมินค่าได้ทั้งทางบวกและทางลบ ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่จังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล 5 ด้านคือ สภาพแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

**ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว และประเภทของการท่องเที่ยว

**การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล โดยเป็นการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

**สื่อบุคคล** หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยบุคคล คือจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง

**สื่อที่ไม่ใช่บุคคล** หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่ไม่ใช่คน อาทิเช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ฯลฯ

## 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

1.6.1 **ขอบเขตประชากร** ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในพื้นที่จังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง

1.6.2 **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ จังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล โดยมีรายละเอียดของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

### 1) ตัวแปรอิสระ คือ

#### 1.1) ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- รายได้
- อาชีพ

#### 1.2) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- สื่อบุคคล
- สื่อที่ไม่ใช่บุคคล

#### 1.3) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 1.4)ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว

- ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านกิจกรรมและสินค้าที่ระลึก
- ด้านการประชาสัมพันธ์
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านความปลอดภัย

### 2) ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่



## 1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs)

- 1.6.1 ทราบถึงระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
- 1.6.2 ทราบถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
- 1.6.3 ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 1.6.4 ทราบถึงแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)

- 1.7.1 ประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น
- 1.7.2 ประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 1.7.3 ประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น
- 1.7.4 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ซึ่งเป็นคนในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

## 1.8 แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.8.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประชากรในพื้นที่
- 1.8.2 การเผยแพร่งานวิจัยในรูปแบบของรายงานการวิจัย การประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการ การตีพิมพ์ในวารสารเชิงวิชาการ เป็นต้น

## กรอบแนวคิดการวิจัย



## บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ จังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ได้มีการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรม
  - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
  - 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
  - 1.3 แนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
  - 1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
  - 1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว
  - 1.6 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
  - 1.7 ทฤษฎีทัศนคติ
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

##### 2.1.1.1 ความหมายของพฤติกรรม

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” ไว้มากมาย เช่น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 15) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความสนใจ

ชัยพร วิชชาวุธ (2523 : 23) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้น ผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิด ต่างเป็นพฤติกรรมทั้งนั้น

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า “พฤติกรรม” หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญหรือเป็นไปอย่างไมใคร่ครวญ โดยมีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และปัจจัยตัวอื่น ๆ เป็นตัวก่อให้เกิดแสดงออกมาโดยที่บุคคลอื่น ๆ ที่อยู่รอบ ๆ สามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

### 2.1.1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาค (Cronbach, 1990 : 14) อธิบายว่าพฤติกรรมของคนเรามีองค์ประกอบ อยู่ 7 ประการ คือ

1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานาน จึงจะสามารถบรรลุผลสมความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนสนองความต้องการออกไปในภายหลัง

2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด

5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจจะตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมาย (Contradict) ก็ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวว่า เขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

### 2.1.1.3 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนนซี ชวาทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ (สุรีย์ จันทรโมลี, 2526: 37 -47)

1. ทศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้ก็มีความสัมพันธ์กับทศนคติและมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทศนคติมีความสัมพันธ์กันทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

### 2.1.2 แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นฤมล สมิติธำนิ (2527 : 38 – 39) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภารกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองของความอยากรู้ อยากรมีประสบการณ์แปลกๆ ใหม่ๆ

เท่าที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรม สัญชาติญาณที่คล้ายกันบ้าง แตกต่างกันบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบายพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของมนุษย์ สรุปได้ดังนี้

- 1) ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับชีวิตประชาชนโดยทั่วไป สังคมในรูปแบบใหม่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะความกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียดและหาความสดชื่น
- 2) เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์ แสงแดด ความอบอุ่นหรือเป็นไปตามคำแนะนำของแพทย์
- 3) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปอย่างรวดเร็วนี้เกิดจากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่การเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดูการแข่งขันกีฬา ทำให้เกิดการเดินทาง นักกีฬาจำเป็นต้องจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆ เพื่อเล่นกีฬาตามฤดูกาล นักดูกีฬาเดินทางไปยังเมืองต่างๆ เพื่อติดตามดูการแข่งขัน เป็นต้น
- 4) เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเหนือสิ่งอื่นใด คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง

อาทิเช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่ม การฟังดนตรี การไปชายหาด การไปต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีคนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5) เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยวเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คนวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชาติอาทิเช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี วรรณคดี ระบายพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่างๆ ของแต่ละท้องถิ่น

6) เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลต่างกันไป บางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพันๆ กิโลเมตร เพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิมหรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของการดำเนินชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้อะไรใหม่เพิ่มขึ้นเสมอ

7) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์ ไปเพื่อศรัทธาเป็นการได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้งหนึ่งในชีวิต ถ้าเป็นไปได้เขาเหล่านั้นจะไปยังกรุงเมกกะเพราะถือว่าเป็นดินแดนที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศาสนา หรือชาวพุทธมีความนิยมที่จะไปยังพุทธคยา และผู้นับถือคริสต์ศาสนาอยากที่จะไปยังนครเยรูซาเลม เป็นต้น

8) เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพ มีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้ นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

### 2.1.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ และแนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

#### 2.1.3.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

คอตเลอร์ (Kotler, 2545 : 101) ได้กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ เรียงตามความสำคัญคือความต้องการทางกาย (Physiological needs) ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการยกย่อง (Esteem needs) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization needs) บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับการ

สนองตอบความพึงพอใจความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลสร้างความพยายาม สร้างความพึงพอใจในขั้นต่อไป

### 2.1.3.2 แนวคิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นฤมล สมิติโกวิท (2527 : 40 -42) ได้อธิบายว่า ในทางพฤติกรรมศาสตร์ กล่าวว่าการแสดงพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงกระตุ้น แต่ไม่จำเป็นว่าการแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกันจะมาจากแรงกระตุ้นที่เหมือนกันเสมอ การเดินทางไปยังที่ต่างๆ ของแต่ละบุคคล อาจมีแรงจูงใจขั้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้มนุษย์ออกเดินทาง แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivator) หมายถึงแรงจูงใจเพื่อสุขภาพอนามัยพักผ่อนทางร่างกาย การกีฬา การเล่นตามชายหาด การรื่นเริงอื่นๆ ที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด

2) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivator) เป็นความต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ ในทุกด้าน รวมทั้งดนตรี ศิลปะ วิถีชาวบ้าน การเดินรำ การวาดเขียน ศาสนา และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวัฒนธรรมอื่นๆ

3) แรงจูงใจที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivator) รวมความต้องการที่จะพบคนใหม่ๆ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติ หลีกหนีจากการดำรงชีวิตประจำวัน หลีกหนีจากครอบครัวและเพื่อนบ้าน

4) แรงจูงใจจากสถานภาพและเกียรติยศชื่อเสียง (Status and Prestige Motivator) มีความสัมพันธ์กับความต้องการยกย่องและพัฒนาตนเอง ซึ่งการเดินทางในด้านนี้เป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา การศึกษา

แรงจูงใจพื้นฐานดังกล่าวข้างต้นที่จะกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการเดินทาง ถ้ามนุษย์แสดงพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะที่สอดคล้องกับแรงจูงใจพื้นฐาน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นถือว่าการท่องเที่ยว

## 2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.1.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2535 : 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางโดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของ

ประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

#### 2.1.4.2 รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2541 :8) มีดังนี้

1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชม ในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

2) การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภูมิใจ

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Historical Based Tourism) มีการจัดการดังนี้

2.1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทาง



วัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริง บันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการได้รับบริหารที่เหมาะสม

4) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงาน และการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้

### 2.1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป) ผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือบริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

#### ปัจจัยภายใน

##### 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้เดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1) ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

##### 2) ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

### 3) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

### 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของการประกอบธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1) การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องรวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศ มีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินลงมาก

4.2) พืชการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีการให้บริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3) ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4) ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกมากมายหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5) บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตรายศัไม่ตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

### 5) สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

### 6) การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

### 7) ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ขาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมือง และปลอดอากร

### 2.1.6 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (อ้างใน ปรีดา ศรีเยี่ยม, 2541 :8) กล่าวว่า เนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้เลือกรับสารที่เป็นประโยชน์ หรือสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ฉะนั้นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ก็คือ การเลือกสารและการแสวงหาข่าวสาร ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของมนุษย์อันประกอบด้วยกระบวนการเลือกสรร 3 แบบ คือ

1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทักษะคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือ สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้อสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และจดจำส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

#### สื่อ (Media)

ในการโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public relations) จำเป็นที่ต้องมีการใช้สื่อ อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จดหมายตรง (Direct mail) ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นช่องทาง (Channel) โดยลักษณะของสื่อที่ดีจะต้องเป็นสื่อที่มีจิตวิทยา (Psychology) และสังคมวิทยา (Sociology) (เสวี วงษ์มณฑา, 2542 : 133) สื่อแต่ละชนิดประกอบด้วย

1. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทาง มีการโต้ตอบกันได้ แต่มักเป็นไปในวงแคบ
2. สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet, E-mail ซึ่งมีข้อดี คือให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ เสียง สื่อมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก มีราคาสูง จำนวนผู้รับสารอยู่ในวงแคบ จึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพพจน์มากกว่า

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media)

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 133) กล่าวถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มนุษย์ยอมเชื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิตตน เช่น เชื่อพ่อแม่ เชื่อครู เชื่อสามี เชื่อลูก คนเหล่านี้เรียกว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิต (Significant Other) มนุษย์เราทุกคนต้องมีบุคคลเหล่านี้ อยู่ในใจ แม้ไม่มีครอบครัวก็มีพ่อแม่ พ่อมีครอบครัวจะยกให้ใครระหว่างแม่หรือภรรยาก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งของสังคมวิทยา (Sociology) สำหรับข้อนี้เป็นเหตุที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) เป็นสื่อสำคัญลำดับแรกของการสื่อสารทั้งหมด สามารถชนะทุกๆ สื่อ แต่ถ้าเมื่อไรคนไม่ชนะสื่อ อื่นๆ บุคคลนั้นต้องพิจารณาตนเอง แสดงว่าตนเองไม่เป็นบุคคลสำคัญของคนนั้น เพราะเขามองข้ามเราไปแล้วเขาถือมาสำคัญกว่าชีวิตของเรา

2. มนุษย์เราให้คุณให้โทษ (Sanction) หมายความว่า ถ้าเขาไม่เชื่อเรา เราสามารถโกรธเขาได้ แต่สื่อโกรธเราไม่ได้ เช่นแม่บอกให้เราไปซื้อสินค้ายี่ห้อหนึ่งแต่เราไม่ซื้อ แม่สามารถโกรธเราได้ แม้แต่คนรักบอกให้เราซื้อรถยี่ห้อ เราไม่ซื้อเขาอาจโกรธไม่พูดกับเราหลายวัน แต่ถ้าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารบอกให้เราซื้อ แต่เราไม่ซื้อสินค้านั้น สื่อเหล่านั้นก็ทำอะไรเราไม่ได้ ส่วนนี้เรียกว่า ความสามารถทางด้านสังคม (Scalability)

การเลือกใช้สื่อโดยคำนึงถึงหลักสังคมวิทยา

1. สื่อโทรทัศน์ (Television) มีหลักสังคมวิทยา (เสรีวงษ์มณฑา, 2542 : 133) มีลักษณะดังนี้

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Immovable) ทั้งในบ้านและนอกบ้าน เช่น ถ้าเสียบสายอากาศกับเครื่องรับไว้อย่างถูกต้องแล้ว พอไม่อยากดูก็จะขึ้นไปห้องอื่นๆ ก็อาจทำให้ภาพไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับวิทยุแล้ว โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่คงที่อยู่ติดมากกว่า ส่วนวิทยุสามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนก็ได้

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อครอบครัวมากกว่า (Family Media) คือการดูโทรทัศน์จะไม่ดูคนเดียวแต่จะดูกับสมาชิกคนอื่นๆ ของครอบครัว ดังนั้นสินค้าที่สมาชิกในครอบครัวใช้ จึงเหมาะที่จะสื่อทางโทรทัศน์

จุดแข็งของโทรทัศน์ คือ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนหมู่มาก แทบทุกครอบครัวมีโทรทัศน์ได้เห็นภาพ เสียงสี น่าสนใจ กระจายข่าวสารได้กว้างขวาง ส่วนจุดอ่อนคือ มีราคาแพง คนสามารถดริโหมทหนีได้ง่าย เมื่อออกอากาศแล้วก็ผ่านไปเลย

## 2. วิทยุ (Radio) (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 134) มีลักษณะดังนี้

2.1 เป็นสื่อเฉพาะบุคคล (Personal Media) ฟังคนเดียวได้ไม่เหมือนกับสื่อโทรทัศน์

2.2 เป็นสื่อที่ถูกเคลื่อนย้ายได้ (Movable) จะนำไปไหนมาไหนได้สะดวก

จุดแข็งของวิทยุ คือ กระจายได้อย่างกว้างขวาง เป็นสื่อส่วนบุคคล มีความรักดีสูงฟังแล้วคิด จุดอ่อนคือ ไม่มีภาพไม่สามารถเห็นภาพได้ การกระจายเสียงของแต่ละสถานีไม่กว้างขวาง ถ้าจะให้กว้างขวางต้องซื้อหลาย ๆ สถานีและควบคุมได้ยาก

3. หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อที่เสนอเรื่องราวได้อย่างฉับไว (Immediate Media) กว่าสื่ออื่น ๆ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 134) มีลักษณะดังนี้

3.1 เป็นสื่อเพื่อสมองที่ชวนคิด

3.2 เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวได้ฉับไว (Immediate Media) แต่ในปัจจุบันสื่อวิทยุไม่ได้แล้ว และถูกใช้เป็นปฏิทินของชีวิต (Calendar) คือ ตอนเช้าทุกวันก่อนออกจากบ้าน ก่อนไปทำงานก็จะตรวจสอบว่าในวันนี้มีอะไรเกิดขึ้นแค่ไหนเป็นลักษณะของการติดตามข่าว

3.3 เป็นสื่อยามเช้าก่อนออกจากบ้าน (Morning Media) ก่อนไปทำงาน ถ้าบ้านใครรับหนังสือพิมพ์ เข้า ๆ ก็ถามว่าหนังสือพิมพ์มาหรือยัง พอมาถึงก็นำไปอ่านในห้องน้ำหรืออ่านบนโต๊ะอาหาร เป็นต้น

3.4 เป็นสื่อที่ไม่เก็บเป็นข้ออ้างอิง (Reference) เพราะเป็นสื่อแบบวันต่อวัน (Day by day Media) เมื่ออ่านแล้วก็ทิ้ง

จุดแข็งของสื่อหนังสือพิมพ์ คือ เป็นสื่อที่กระจายได้กว้างขวาง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ รวดเร็ว สามารถใส่รายละเอียดของข้อมูลได้มาก ส่วนจุดอ่อนของหนังสือพิมพ์คือ ไม่มีเสียงไม่มีการเคลื่อนไหว พิมพ์สีไม่ชัดเจนเพราะกระดาษบางชนิดคุณภาพไม่ดี มีความผิดพลาดได้ง่าย

## 4. นิตยสาร (Magazine) (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 134) มีลักษณะดังนี้

4.1 เป็นสื่อเพื่อสมองที่ชวนให้คิดเหมือนกับหนังสือพิมพ์

4.2 เป็นสื่อที่นิยมนำไปอ่านในห้องนอน (Bed Time Media)

4.3 เป็นสื่อยามรอคอยที่มีความเป็นส่วนตัวสูง (Wait-time Personal Media)

4.4 เป็นสื่อที่ค่อนข้างไม่มีกำหนดเวลา (Timeless) หมายความว่า จะนำขึ้นมาอ่านเมื่อใดก็ได้ แม้เวลาจะผ่านไป 3-4 เดือน แล้วก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ที่ออกเมื่อ 3 เดือนที่แล้ว จะไม่มีใครนำมาอ่านอีก เป็นต้น

4.5 เป็นสื่อที่ควรค่าแก่การเก็บ จะเปิดอ่านอีกเมื่อไรก็ได้

จุดแข็งของสื่อ นิตยสาร คือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะกลุ่มตามรูปแบบของนิตยสาร มีสีสันสวยงาม

จุดอ่อนของนิตยสาร คือ ไม่มีเสียงไม่มีการเคลื่อนไหว ถ้ามีความผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก ไม่ทันเหตุการณ์

### การยอมรับของผู้บริโภคในการติดต่อสื่อสาร (Consumer Acceptance of Communication)

เหตุผลหลักสำหรับการติดต่อสื่อสารใด ๆ ก็เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อความคิด หรือการกระทำของผู้บริโภค ดังนั้นการยอมรับการติดต่อสื่อสาร จึงเป็นเป้าหมายธรรมชาติของการติดต่อสื่อสาร การยอมรับการติดต่อสื่อสาร แสดงในรูปแบบ 5 ขั้นตอน ซึ่งจะชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีการประเมินความคิดใหม่และการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 256) กล่าวว่า ผู้บริโภคสามารถประเมินความคิด และตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้หลักการดังต่อไปนี้

1. การรู้ถึงข่าวสาร (Awareness) เป็นขั้นแรกของกระบวนการยอมรับ ผู้บริโภคได้เปิดในรับข่าวสาร แต่ยังไม่มีความรู้ที่เพียงพอต่อข่าวสาร ตัวอย่างที่สามารถจะเห็นได้คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคเพียงได้ยินมา แต่ยังไม่มีความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีน้ำหนักพอ
2. ความสนใจ (Interest) ผู้บริโภคเริ่มสนใจข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมขึ้น
3. การประเมินผล (Evaluation) ผู้บริโภคจะมีใจที่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันของเขา และทำการตัดสินใจว่าจะยอมรับทดลองสินค้าใหม่นั้นหรือไม่
4. การทดลอง (Trail) ผู้บริโภคจะมีการทดลองผลิตภัณฑ์ในขนาดที่เป็นจำนวนน้อย เพื่อพิจารณาถึงอรรถประโยชน์โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์อาจถูกปฏิเสธในขั้นนี้หรือก่อนหน้านั้น เป็นขั้นที่ผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นให้สนใจเป็นพิเศษในระหว่างขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4
5. การยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นสุดท้ายของการยอมรับ ซึ่งผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่จะยอมรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่ปกติของผู้บริโภค

#### 2.1.7 ทฤษฎีทัศนคติ

ทัศนคติเป็นกลไกที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภค คำว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาพจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่วนความหมายทางการตลาด ให้หมายถึงการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ทัศนคติ หมายถึง ผู้บริโภคประเมินการเลือกสินค้าตามความนึกคิด และใช้ในการตัดสินใจซื้อ

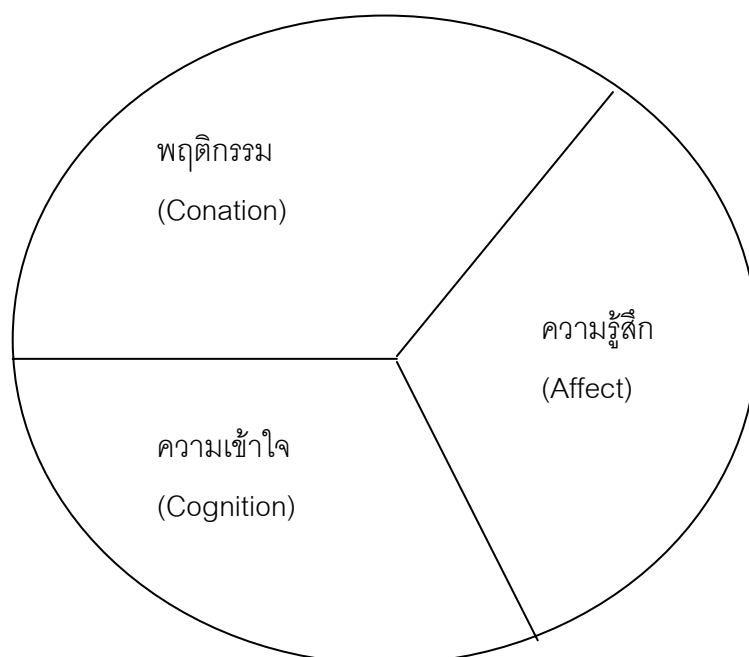
Fishebin ได้แจกแจงพฤติกรรมของบุคคลไว้ในลักษณะที่ว่า บุคคลจะประกอบพฤติกรรมใด ๆ นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสังคมและทัศนคติ ซึ่งก่อให้เกิดแนวคิดทางทัศนคติ และพฤติกรรมตามลำดับ

เจนส์กิน (Jenkins, 1972 : 41) ได้อธิบายถึง ปัจจัยสำคัญของทัศนคติคือ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) ความพึงพอใจ (Affective Domain) และความพยายามที่จะบรรลุผล (Conative Domain)

ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) หมายถึง บุคคลพยายามเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ และสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว

ความพึงพอใจ (Affective Domain) จินตนาการมณ และความรู้สึก และอารมณ์ต่าง ๆ ต่อสิ่งที่อยู่รอบด้าน

ความพยายามที่จะบรรลุผล (Conative Domain) ได้แก่ สภาพที่ไม่ได้อยู่คงที่หรือสมดุล จะเป็นความพยายามที่จะได้รับความตอบสนอง เพื่อให้ทัศนคติอยู่ในสภาพสมดุลต่อไป



ภาพประกอบ 1 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model)

ที่มา : Schiffman and Knauk. 1994 : 285.

**โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model)** หมายถึง โมเดลทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ

(Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Knauk, 1994 : 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมประสานกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้นี้และผลกระทบต่อกรรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจซึ่งสะท้อนความรู้สึกเฉพาะอย่างของบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Knauk, 1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยพบโดยผู้วิจัย

ผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจและไม่พึงพอใจดีหรือเลวดีหรือไม่ดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Schiffman and Knauk, 1994 : 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

### ทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้

ถ้าทัศนคติของผู้บริโภคมิได้เปลี่ยนแปลง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตลาดก็คงจะไม่ใช่ที่ต้องการศึกษากันอยู่ทุกวันนี้ เพราะความไม่แน่นอนในทัศนคติของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่ต้องทราบข้อมูลการเปลี่ยนแปลงและไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวก็ตาม

สาเหตุที่ทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงนั้นอาจสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในระบบสื่อสาร ในลักษณะของการตลาด มุ่งประเด็นโดยการเปลี่ยนวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (Users) เปลี่ยนวิธีการหาตลาดผู้บริโภคใหม่ (New Users) เปลี่ยนวิธีโดยการหาประเภทผู้บริโภคที่เหมาะสมกับการใช้ผลิตภัณฑ์ (New Market)

2. ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงยากอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยการใช้วิธีการที่เป็นระบบ และใช้ปัจจัยของเวลา เป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงยาก



3. การเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ โดยการใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นองค์ประกอบโดยเน้นเรื่องการส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์

ปัจจัยตัวกำหนดที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถกระทำได้ง่าย ก็คือ

1. จำนวนหรือขนาดของข่าวสารข้อมูลของเรื่องที่เกี่ยวข้องที่เก็บสะสมอยู่นั้นมีจำนวนที่น้อยในสภาพการณ์เช่นนี้ จึงเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ข้อมูลใหม่ที่จะเข้ามา ให้เข้ามาได้อีก

2. กรณีที่ทัศนคติต่าง ๆ ที่รวมอยู่มีลักษณะปะปะปนกันไปอย่างไม่ชัดเจนหรือเด่นชัด กรณีเช่นนี้ย่อมแสดงว่า การรวมตัวที่แท้จริงของทัศนคติที่สืบเนื่องมาจากความนึกคิดของแต่ละคน ค่านิยมที่สำคัญ (Value) หรือสิ่งจูงใจต่าง ๆ (Motives) ยังไม่ชัดเจน ดังนั้น โอกาสที่ใช้ข้อมูลจูงใจเพื่อมากระตุ้นให้ทัศนคติรวมตัวอย่างชัดเจน และให้เป็นไปในทางใดทางหนึ่ง ย่อมมีมากกว่าและกระทำได้ง่ายกว่า

3. กรณีที่ทัศนคติดังกล่าวมิได้สัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับทัศนคติอื่น ๆ ตามปกติคนทุกคนจะทำการรักษาระบบทัศนคติของตนเองให้สมดุลเสมอ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบ ย่อมจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทัศนคติอื่น ๆ ในระบบด้วย ถ้าหากทัศนคติต่าง ๆ สัมพันธ์กันเป็นอันมากการเปลี่ยนแปลงจึงย่อมจะเป็นไปได้ยากด้วย

4. ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลดังกล่าวไม่เป็นบุคคลที่มีความคิดแคบ หรือไม่ต้องการรับสิ่งใดสิ่งหนึ่งถ้าหากเป็นเช่นนั้น โอกาสที่เขาจะรับเอาสิ่งต่าง ๆ เข้ามาแล้วประเมิน และคิดเพื่อเป็นความเชื่อใหม่ ย่อมจะมีน้อยมาก ทัศนคติจึงย่อมเปลี่ยนได้ยากสำหรับบุคคลประเภทนี้

การที่จะให้ทราบได้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีลักษณะเป็นอย่างไรนั้น จะทำได้โดยการวัดว่าเขาผูกมัดหรือผูกพันตนเอง หรือไม่อย่างไร ขนาดของการผูกพันดังกล่าวนี้ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้ตามสมควร ถ้าหากคนใดคนหนึ่งมีขนาดของการผูกพันมาก โอกาสที่เขาจะปฏิเสธข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความชอบพอของเขาย่อมมีมาก และเป็นไปได้โดยง่าย ตรงข้ามกัน ถ้าหากขนาดของการผูกพันมีน้อยการที่จะป้อนข้อมูลใหม่เพื่อให้เปลี่ยนแปลงซึ่งทัศนคติย่อมจะทำได้ง่ายขึ้นด้วยวิธีต่าง ๆ ดังที่กล่าวต่อไป

### วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ถ้าหากทัศนคติที่มีอยู่มีลักษณะที่ผูกพันต่อของคู่แข่งน้อยมาก และส่วนของตลาดเป็นที่รกรากชัดแจ้งดังนี้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังกล่าวจะมีโอกาสกระทำได้ง่าย วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทำได้ดังนี้ คือ

“จะต้องจูงใจให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยชนิดของข้อมูลที่เหมาะสมอย่างยิ่งต่อโครงสร้างของทัศนคติที่เกี่ยวข้อง และจะต้องเป็นข้อมูลที่ตรงกันกับพื้นฐานการจูงใจของทัศนคติมากที่สุด”

หรือถ้าจะสรุปเป็นขั้น ๆ ให้เห็นโดยละเอียดก็จะทำได้โดยวิธีต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ด้วยการป้อนข้อมูลใหม่ (Provision of New Information) เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติของผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลใหม่ของยาขจัดร่องเท้าที่ผู้บริโภคไม่ชอบ เพราะสืบเนื่องจากที่เคยทำให้เปรอะเปื้อนมือเสมอ ด้วยข้อมูลใหม่ว่าการเปลี่ยนแปลงหีบห่อใหม่ และมีวิธีใช้ใหม่ที่ไม่ทำให้เปรอะเปื้อนมืออีก ย่อมเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการเปลี่ยนความเข้าใจของผู้บริโภค การเปลี่ยนตามวิธีก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความเข้าใจเสียใหม่นั้นเอง

2. โดยการนำเอาการเปลี่ยนแปลงไปสัมพันธ์กับสิ่งที่เป็นต้องการต่าง ๆ (Association Change with Desirable Consequences) ทั้งเพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความชอบพอ (Affective) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีดังกล่าวนี้ก็คือ การย่ำให้เกิดความชอบพอนั้นนั่นเอง เช่น การย่ำให้เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสวยงาม และมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ไม่แพ้ต่างประเทศ บอกรักเงินไปล่อลวงนอกประเทศและยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชาติทางหนึ่งด้วย การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความชอบต่าง ๆ นั้นเอง

3. โดยการชักจูงให้กระทำในสิ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติ (Inducting the Consumer to Undertake Action Contrary to Hid Behavioral Tendencies) ทั้งนี้เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ หรือความชอบพอ (Preference) ที่เขามีอยู่แต่เดิม เช่น การให้ทดลองขับรถยนต์ใหม่ซึ่งเขามีทัศนคติไม่ชอบมาก่อน ด้วยการให้ทดลองนี้เองจะก่อให้เกิดความไม่สมดุล ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติในที่สุด การเปลี่ยนแปลงตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของพฤติกรรมนั่นเอง

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 จะเดินทางภายในภูมิภาคของตน นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นกลุ่มโดยเฉพาะการเดินทางไปกับเพื่อนฝูงและครอบครัว จำนวนบุคคลในกลุ่มจะอยู่ประมาณ 2 – 10 คน การเดินทางแต่ละครั้งนิยมที่จะเดินทางไปหลาย ๆ จังหวัด โดยมีระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 1 – 4 วัน ดังนั้นการแวะพักในแต่ละจังหวัดจึงเป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆ สำหรับช่วงระยะเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วงปิดภาคเรียน วันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาลนักชัตตฤกษ์ การตัดสินใจในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง เสียค่าใช้จ่ายเองและไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง หรือถ้ามีการวางแผนล่วงหน้าก็เป็นเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ในด้านลักษณะการเดินทาง นักท่องเที่ยวเกิน

กว่าร้อยละ 70 นิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีความรู้สึกคุ้นเคยกับการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวเพราะสามารถเลือกเวลาเดินทางได้ตามสะดวก รวมทั้งโปรแกรมการเดินทางยืดหยุ่นได้ตามความพอใจ ในการเดินทางด้วยตนเองนั้นพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรถโดยสารรองลงมาคือรถยนต์ส่วนบุคคลในอัตราใกล้เคียงกัน การเช่ารถและการให้บริการรถไฟมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 30 การเดินทางโดยเครื่องบินน้อย ในด้านสถานที่พักผ่อนส่วนใหญ่เป็นบ้านญาติและบ้านเพื่อนในสัดส่วนที่สูง สำหรับการให้บริการโรงแรมนิยมที่จะพักในโรงแรมที่มีระดับราคาระหว่าง 200 – 500 บาท รองลงมาเป็นที่พักแบบบังกะโล แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันคือ แหล่งท่องเที่ยวแถบภูเขา อุทยานแห่งชาติต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวในเมืองสำหรับงานเทศกาล และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก การได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างๆ นั้นส่วนใหญ่ข่าวสารที่ได้รับเป็นการบอกเล่าจากเพื่อนฝูงญาติมิตร สำหรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อโฆษณาต่างๆ ยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือจากการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายมากนัก

วิโรจน์ สงวนยวง (2544 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอุทยานฯ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติ ไทรโยค มีความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเป็น สมาชิกกลุ่ม / สมาคม / ชมรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ธรรมชาติ ความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีนัย สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศและสถานภาพสมรสเป็นปัจจัยที่ไม่มี ผลต่อความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวปัญหาและอุปสรรค เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค คือ ยังมีนักท่องเที่ยวที่ไม่เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมน้อย ไม่ค่อยปฏิบัติตามกฎระเบียบของอุทยานฯ และการจัด เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานฯ ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรสำหรับข้อเสนอแนะ ในการวิจัยครั้งนี้คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการสร้าง จิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป

ให้เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ถูกต้องแก่ นักท่องเที่ยว โดยจะต้องทำอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สื่อที่เข้าใจง่าย เช่น โทรทัศน์ รวมทั้งใช้มาตรการทางกฎหมายในการลงโทษ ผู้ที่ทำความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์/โทรทัศน์/วิทยุ ปัจจัยด้านรายได้มีผลในระดับมากต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01 ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยโครงสร้างพื้นฐานและด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01

ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธุ์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 580 คน ผลการวิจัยดังต่อไปนี้ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้มีอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยว

เชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ 4) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ 5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ 6) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ 7) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมอสเตย์

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ในข้อจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทัศนคติต่อความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ส่วนทัศนคติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

เกษรา เกิดมงคล (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มรักการแข่งขัน 2) กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 4) กลุ่มก้าวทันโลก 5) กลุ่มผู้นำยุคใหม่ 6) กลุ่มรักครอบครัว 7) กลุ่มตามใจตัวเอง 8) กลุ่มตามกระแส และ 9) กลุ่มเป็นตัวของตัวเอง 2. คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก รักครอบครัว และตามกระแสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 4. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก ผู้นำยุคใหม่ และตามกระแส มี

ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า การวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรร่วมกัน 3 ตัว คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทางจิตวิทยาและลักษณะทางประชากร สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการวิเคราะห์โดยใช้เพียง 2 ตัวแปร คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยา

อดิสร ฉายแสง (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีและเชิงศิลปวัฒนธรรม ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน พบว่าเพศมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 อายุมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายด้านที่พักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สัญชาตินักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พักและด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ส่วนทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดในรูปแบบสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ต่ำมากกับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดในรูปแบบสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขวัญจิต โชติช่วง (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยท่องเที่ยวในภาคเหนือและภาคใต้อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 400 คน พบว่า ความสนใจต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือและทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือ สำหรับความสนใจต่อการท่องเที่ยวในภาคใต้และทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นและบริการสาธารณูปโภคเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคใต้ นักศึกษามีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติของภาคเหนือดีกว่าภาคใต้ นักศึกษามีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นและบริการสาธารณูปโภคของภาคเหนือดีกว่าภาคใต้ นักศึกษามีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นเกี่ยวกับการจัดการบริการเพื่อการท่องเที่ยวของภาคเหนือดีกว่าภาคใต้

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ จังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้ คือ สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้ คือ สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือทำการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ตามภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ นักวิชาการ นักเรียน/นักศึกษา และประชาชนทั่วไป และทำการสุ่มแบบบังเอิญพบ (Accidental Sampling) สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล และกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973. อ้างอิงจาก พิเชิต ฤทธิจรรยา, 2544 : 138) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ดังนี้

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

กำหนดให้	n	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ ขนาดของจำนวนประชากร
	e	คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้

จากสูตรดังกล่าวคำนวณ ได้ขนาดตัวอย่างแต่ละจังหวัดเท่ากับ 400 โดยมีรายละเอียดดัง

ตาราง 3.1



ตาราง 3.1 แสดงขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ภาคส่วน	จังหวัด				
	สงขลา	นครศรีฯ	พัทลุง	ตรัง	สตูล
ภาครัฐ	50	50	50	50	50
ภาคธุรกิจ	100	100	100	100	100
นักวิชาการ	50	50	50	50	50
นักเรียน/นักศึกษา	100	100	100	100	100
ประชาชนทั่วไป	100	100	100	100	100
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ สาเหตุที่ประชากรในพื้นที่ไม่นิยมท่องเที่ยวในพื้นที่ แนวทางการแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนให้คนหันมาท่องเที่ยวในพื้นที่ รูปแบบหรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับประชากรในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และเอกชน ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่

3.2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด

**ตอนที่ 2** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด

**ตอนที่ 3** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยแบ่งสื่อออกเป็น 2 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบที่มีมาตราการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 6 ระดับ คือ ไม่ได้รับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด กำหนดคะแนนเป็น 0, 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามลำดับ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากค่าเฉลี่ย ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538 : 8 – 11)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 0}{3} \\ &= 1.66 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหาระดับการรับรู้ ได้ดังนี้

0.00 – 1.66	คะแนน	หมายถึง ได้รับข้อมูลจากสื่อในระดับน้อย
1.67 – 3.33	คะแนน	หมายถึง ได้รับข้อมูลจากสื่อในระดับปานกลาง
3.34 – 5.00	คะแนน	หมายถึง ได้รับข้อมูลจากสื่อในระดับมาก

**ตอนที่ 4** เป็นแบบวัดเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบที่มีมาตราการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert มี 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด กำหนดคะแนนเป็น 1 , 2 , 3, 4 และ 5 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 ข้อ
3. ด้านกิจกรรมและสินค้าที่ระลึก จำนวน 9 ข้อ
4. ด้านการบริการ จำนวน 7 ข้อ
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 11 ข้อ

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจากค่าเฉลี่ย ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538 : 8 – 11)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง ระดับทัศนคติไม่ดีอย่างยิ่ง
1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง ระดับทัศนคติไม่ดี
2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง ระดับทัศนคติปานกลาง
3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง ระดับทัศนคติดี
4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง ระดับทัศนคติดีอย่างยิ่ง

**ตอนที่ 5** แบบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ มีคำตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Question) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยมีข้อคำถามที่ตอบว่าใช่จำนวน 11 ข้อ และข้อคำถามที่ตอบว่าไม่ใช่ จำนวน 9 ข้อ รวมทั้งสิ้นมีข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ผู้ตอบตอบถูกให้ 1 คะแนน

ผู้ตอบตอบผิดให้ 0 คะแนน

$$\begin{aligned} \text{อันดับภาคี่} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนข้อ}} \\ &= \frac{20 - 0}{3} \\ &= 6.7 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

0 – 6	คะแนน	หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย
7 – 13	คะแนน	หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง
14 – 20	คะแนน	หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

**ตอนที่ 6** ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด คำถามปลายเปิด

### 3.2.2 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 96 – 97) สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่ามีค่าเท่ากับ .96 และ .93 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น  
 $n$  คือ จำนวนข้อของเครื่องมือวัด  
 $\sum S_i^2$  คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ  
 $S_t^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม  
 คำนวณหา  $S_t^2$  และ  $S_i^2$  จากสูตร

$$s^2 = \frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)} \quad (N \text{ แทนจำนวนคน})$$

ส่วนแบบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำการหาค่าความยากง่าย โดยใช้สูตรของ Brennan (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 81) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

$$P = \frac{R}{N}$$

เมื่อ  $P$  แทน ระดับความยาก  
 $R$  แทน จำนวนผู้ตอบถูกทั้งหมด  
 $N$  แทน จำนวนคนในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ

ค่า  $P$  ที่เหมาะสมมีค่าอยู่ระหว่าง 0.20 – 0.80

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งตามประเภทของเครื่องมือวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 การสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 400 คน

3.3.2 การสัมภาษณ์ (Depth Interview) โดยการนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 30 คน

3.3.3 จัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชน ธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 11 โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้น ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3)ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic regression Analysis) โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

### โมเดลการวิเคราะห์

เมื่อตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์ (Y) มีลักษณะเป็นทวิภาค เช่น เกิดเหตุการณ์ (Y = 1) หรือไม่เกิดเหตุการณ์ (Y = 2) ตัวแปรเกณฑ์ (Y) จะมีรูปแบบความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนาย (X's) ด้วยฟังก์ชันโลจิสติก ซึ่งเป็นฟังก์ชันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรูปคล้ายตัว S

$$\begin{aligned} \text{โดย } P(Y) &= \frac{1}{1 + e^{-f(x)}} \\ \text{เช่น } P(Y) &= \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + E)}} \\ \text{เมื่อ } P(Y) &= \text{ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์} \\ e &= \text{exponential function } (e \cong 2.71828) \\ f(x) &= \text{ฟังก์ชันของตัวแปรทำนาย} \\ \text{สมมติให้ } p_Y &= \text{ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ (Y=1)} \\ Q_Y &= \text{ความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ (Y=0)} \\ Z &= \text{Linear combination ของตัวแปรทำนาย} \\ &= b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k \dots\dots\dots(1) \\ \therefore p_Y &= \frac{1}{1 + e^{-z}} = \frac{e^z}{1 + e^z} \dots\dots\dots(2) \end{aligned}$$

จาก (1) และ (2) สามารถหาค่า Odd Ratio ของการเกิดเหตุการณ์ Y ที่สนใจได้

P = Odd Ratio  
 = โอกาสการเกิดเหตุการณ์(Y=1) มีอัตราส่วนเป็นกี่เท่าของ  
 โอกาสไม่เกิดเหตุการณ์(Y=0)

$$P = \frac{p_Y}{Q_Y} = \frac{p_Y}{1 - p_Y} = e^z \dots\dots\dots(3)$$

$$\begin{aligned} \frac{\text{Pr ob.}(Event)}{\text{Pr ob.}(NoEvent)} &= e^{b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k} \\ \text{นั่นคือ } P &= e^{b_0} \cdot e^{b_1x_1} \cdot e^{b_2x_2} \dots\dots\dots e^{b_kx_k} \end{aligned}$$

จาก(3) แปลงให้อยู่ในรูปของสมการถดถอยเชิงเส้นตรง ( Linear Regression Model) โดยการใส่ค่า Natural Logarithm ทั้งสองข้างของสมการ

$$\ln\left(\frac{P_Y}{1-P_Y}\right) = \ln(e^z) = Z$$

$$\therefore \text{Logit}(p) = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_k x_k$$

เมื่อ  $\ln \frac{P_Y}{(1+P_Y)}$  = log of the Odds หรืออาจเรียกว่า Logit transformation หรือ Logit (p)

ดังนั้น Logit (p) หรือ log ของ Odd Ratio จึงอยู่ในรูปแบบของตัวแปรเกนต์ที่สามารถทำนายได้ด้วยชุดของตัวแปรทำนายเชิงเส้นตรง

วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก (b) ด้วยการหาค่าที่เป็นไปได้สูงสุดที่สอดคล้องกับฟังก์ชันจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีอยู่

### การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Assessing the Goodness-of fit of the Estimated Model)

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (คล้ายกับการตรวจสอบ  $\sum |y - \hat{y}_i|^2$  ใน multiple Regression) พิจารณาได้จากค่าความน่าจะเป็น(Likelihood Value) ของโมเดลซึ่งเท่ากับค่า -2 Log Likelihood(-2LL) เหตุผลของการคูณ Log Likelihood ด้วย -2 เพื่อให้ค่าที่ได้มีการแจกแจงคล้าย  $\chi^2$  สำหรับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

ถ้าค่า -2LL มีค่าต่ำ แสดงว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่า -2LL เป็น 0 แสดงว่าข้อมูลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างสมบูรณ์ ( ค่า Likelihood เป็น 1 ดังนั้น -2LL จึงเป็น 0 ) ถ้าค่า-2LL มีค่าสูงแสดงถึงความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการทดสอบนัยสำคัญ ความสอดคล้องของโมเดล ใช้  $\chi^2$  - test สมมุติฐานศูนย์ที่ว่า  $H_0$  : โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทดสอบ Model Chi - Square ที่ df = p (จำนวนตัวแปรทำนาย) เป็นการทดสอบสมมุติฐานที่ว่า  $H_0$  : สัมประสิทธิ์ถดถอยแบบโลจิสติกทุกตัวมีค่าเท่ากับศูนย์

$$H_0 : B_1 = B_2 = \dots B_k = 0$$

$$H_1 : \text{Not all } B_i = 0$$

ถ้าสถิติทดสอบ  $\chi^2$  มีนัยสำคัญ แสดงว่า ชุดของตัวแปรทำนายสามารถร่วมกันทำนายโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ (Y=1) ได้ด้วยความเชื่อมั่น  $(1 - \alpha) \times 100\%$  (การแปรผลสถิติทดสอบ  $\chi^2$  คล้ายกับสถิติทดสอบF-test สำหรับทดสอบสมมุติฐาน  $H_0 : R^2 = 0$  ใน Regression )

สำหรับค่า  $R^2$  สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$R^2_{\text{logit}} = \frac{-2\log L_{\text{NULL}} - [2\log L_{\text{MODEL}}]}{-2\log L_{\text{NULL}}}$$

นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดลจากความถูกต้องของการทำนายว่าสมการสามารถทำนายการเกิดเหตุการณ์จากข้อมูลจริงได้ถูกต้องร้อยละเท่าใด

### การทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก(b)

การทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบโลจิสติกด้วย Wald Statistic เป็นการทดสอบสมมุติฐานที่ว่า  $H_0 : B_i = 0$  ( คล้ายสถิติทดสอบ t-test สำหรับทดสอบ  $H_0 : B_i = 0$  ใน Regression) ถ้าผลการทดสอบพบว่า  $B_i = 0$  แสดงว่าตัวแปรทำนาย  $i$  ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง Odds Ratio ดังนั้นจึงไม่มีผลต่อความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์นั้น

ถ้าทดสอบ  $B_i$  พบนัยสำคัญ ค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็น + แสดงว่าตัวแปรทำนายนั้นมีผลต่อการเพิ่มความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ ส่วนสัมประสิทธิ์ที่เป็น - แสดงถึงการลดความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์

$$\text{โดย } W = \frac{b}{SE(b)} \quad (W \text{ แจกแจงแบบสถิติทดสอบ } Z)$$

$$\text{หรือ } W^2 = \left[ \frac{b}{SE(b)} \right]^2 \quad (W^2 \text{ แจกแจงแบบสถิติทดสอบ } \chi^2)$$

### ค่า Exp (B)

ค่า  $e^b$  หรือ Exp (B) เป็นค่าแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของ Odds Ratio เมื่อตัวแปรทำนายเปลี่ยนไป 1 หน่วย (ซึ่งคล้ายกับค่า  $b$  ในสมการถดถอยพหุ)

ถ้าค่า Exp (B) มีค่ามากกว่า 1.00 แสดงว่า เมื่อตัวแปรทำนายมีค่าเพิ่มขึ้น จะช่วยเพิ่มโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ ( $Y \rightarrow 1$ ) สำหรับตัวแปรทำนายที่เป็นทวิภาค (Dichotomous) เช่น เพศชาย = 1, หญิง = 0) และ Exp (B) = 4.00 แสดงว่า การเป็นเพศชาย ( $X = 1$ ) จะช่วยเพิ่มโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ ( $Y = 1$ ) สูงขึ้น 4 เท่าของเพศหญิง เป็นต้น

แต่ถ้าค่า Exp (B) มีค่าน้อยกว่า 1.00 แสดงว่า เมื่อตัวแปรทำนายมีค่าเพิ่มขึ้น จะช่วยลดโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ ( $Y \rightarrow 0$ ) สำหรับตัวแปรทวิภาค เช่น เพศ(หญิง = 1, ชาย = 0) และ Exp (B) = 0.25 แสดงว่าการเป็นเพศหญิง ( $X = 1$ ) จะช่วยเพิ่มโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ ( $Y = 1$ ) ลง 0.25 เท่ากับเพศชาย เป็นต้น



## บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

### 4.1 ผลการศึกษา

#### 4.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ของประชากรในจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>										
ชาย	189	47.3	166	41.5	235	58.8	174	43.5	189	47.2
หญิง	202	50.5	232	58.0	163	40.8	208	52.0	203	50.8
ไม่ระบุ	9	2.2	2	0.5	2	0.4	18	4.5	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>										
น้อยกว่า 26 ปี	177	44.3	172	43.0	225	56.3	194	48.4	175	43.8
26 – 35 ปี	155	38.8	176	44.0	113	28.3	117	29.3	108	27.0
มากกว่า 35 ปี	54	13.5	42	10.5	43	10.8	73	18.3	95	23.8
ไม่ระบุ	14	3.4	10	2.5	19	4.7	16	4.0	22	5.4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพสมรส</b>										
โสด	192	48.0	234	58.5	223	55.8	204	51.0	189	47.3
สมรส	158	39.5	122	30.5	106	26.5	130	32.5	141	35.3
ม่าย/หย่าร้าง	14	3.5	8	2.0	10	2.5	5	1.3	24	6.0
ไม่ระบุ	36	9.0	36	9.0	61	15.3	61	15.3	46	11.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>										
ม.ต้น/ต่ำกว่า	78	19.5	59	14.8	68	17.0	78	19.5	90	22.6
ม.ปลาย/เทียบเท่า	63	15.8	88	22.0	110	27.5	124	31.0	90	22.5
อนุปริญญา	74	18.5	59	14.8	70	17.5	34	8.5	45	11.3
ปริญญาตรี/สูงกว่า	185	46.3	194	48.5	147	36.8	158	39.5	166	41.5
ไม่ระบุ	0	0.0	0	0.0	5	1.3	6	1.5	9	2.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้ (บาท/เดือน)</b>										
ไม่มีรายได้	104	26.0	109	27.3	111	27.8	104	26.0	106	26.5
ต่ำกว่า 10,000	80	20.0	95	23.8	99	24.8	86	21.5	81	20.3
10,001 – 15,000	111	27.8	122	30.5	136	34.0	120	30.0	113	28.3
15,001 – 20,000	43	10.8	28	7.0	19	4.8	34	8.5	46	11.5
มากกว่า 20,000	61	15.3	41	10.3	32	8.0	51	12.8	50	12.5
ไม่ระบุ	1	0.3	5	1.3	3	0.8	5	1.3	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรในพื้นที่จังหวัด นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

**เพศ** ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.5 , 58.0 , 52.0 และ 50.8 ตามลำดับ ส่วนประชากรจังหวัดสตูลที่ตอบ แบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 58.8)

**อายุ** ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สตูล ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่มีอายุ น้อยกว่า 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 , 56.3 , 48.4 และ 43.8 ตามลำดับ ส่วนประชากรจังหวัดสงขลา ที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี (ร้อยละ 44.0)

**สถานภาพสมรส** ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบ สำรวจส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.0 , 58.5 , 55.8 , 51.0 และ 47.3 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบ สำรวจส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 46.3 , 48.5 , 36.8 , 39.5 และ 41.5 ตามลำดับ

รายได้ ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรังและพัทลุงที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.8 , 30.5 , 34.0 , 30.0 และ 28.3 ตามลำดับ

#### 4.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่

จากการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประเภทของกิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ของประชากรในจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 2

##### 1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

จากการสำรวจวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.2 – 4.8

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัด

วัตถุประสงค์	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	66	16.5	35	8.8	46	11.5	27	6.8	21	5.3
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	122	30.5	95	23.8	82	20.5	64	16.0	90	22.5
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	211	52.8	269	67.3	261	65.3	304	76.0	279	69.8
ไม่ระบุ	1	0.3	1	0.3	11	2.8	5	1.3	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.2 พบว่าประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรจังหวัดตรังมีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 76.0)

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	109	11.6	82	8.2
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	200	21.4	245	24.6
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	627	67.0	670	67.2
<b>รวม</b>	<b>936</b>	<b>100.0</b>	<b>997</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.3 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรเพศหญิงมีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลินมากที่สุด (ร้อยละ 67.2)

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

วัตถุประสงค์	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	84	9.0	50	7.5	15	5.0
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	258	27.7	140	21.1	38	12.6
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	589	63.3	473	71.3	248	82.4
<b>รวม</b>	<b>931</b>	<b>100.0</b>	<b>663</b>	<b>100.0</b>	<b>301</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.4 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี 26 – 35 ปี และมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรที่มีอายุมากกว่า 35 ปี ที่มีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 82.4)

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส

วัตถุประสงค์	โสด		สมรส/ม้าย/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	90	8.8	45	6.3
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	265	25.8	127	17.9
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	672	65.4	537	75.7
<b>รวม</b>	<b>1,027</b>	<b>100.0</b>	<b>709</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.5 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดและสมรส/ม้าย/หย่าร้าง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม้าย/หย่าร้างมีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 75.7)

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	65	7.4	30	10.8	61	7.6
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	203	23.1	61	22.0	185	23.2
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	609	69.4	186	67.1	553	69.2
<b>รวม</b>	<b>877</b>	<b>100.0</b>	<b>277</b>	<b>100.0</b>	<b>799</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.6 พบว่าประชากรที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่ามีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลินมากที่สุด (ร้อยละ 69.4)

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

วัตถุประสงค์	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	44	11.0	41	10.3	27	6.8	17	4.3	24	6.0
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	25	6.3	138	34.5	74	18.5	135	33.8	56	14.0
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	331	82.8	221	55.3	299	74.8	248	62.0	320	80.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.7 พบว่าประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ นักวิชาการ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพทั่วไปส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรที่มีอาชีพข้าราชการมีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 82.8)

ตาราง 4.8 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)

วัตถุประสงค์	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	55	9.2	46	8.2	32	8.0	25	6.3
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	198	33.2	95	17.0	85	21.3	74	18.6
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	344	57.6	419	74.8	282	70.7	299	75.1
<b>รวม</b>	<b>597</b>	<b>100.0</b>	<b>560</b>	<b>100.0</b>	<b>399</b>	<b>100.0</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.8 พบว่าประชากรในพื้นที่ที่ไม่มีรายได้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน โดยประชากรที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีร้อยละของการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 75.1)

## 2) บุคคลที่เดินทางมาด้วย

จากการสำรวจบุคคลที่เดินทางมาด้วยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรจังหวัด นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.9 - 4.15

ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วย

บุคคลที่เดินทางมาด้วย	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	26	6.5	15	3.8	13	3.3	8	2.0	12	3.0
เพื่อน	226	56.5	202	50.5	248	62.0	190	47.5	182	45.5
ครอบครัว/ญาติ	148	37.0	180	45.0	132	33.0	199	49.8	193	48.3
ไม่ระบุ	0	0.0	3	0.8	7	1.8	3	0.8	13	3.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.9 พบว่าประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลาและสตูล ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.5 , 50.5 และ 62.0 ตามลำดับ ส่วนประชากรจังหวัดตรังและพัทลุงส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 49.8 และ 48.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามเพศ

บุคคลที่เดินทางมา ด้วย	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	42	4.5	29	2.9
เพื่อน	522	55.7	511	51.2
ครอบครัว/ญาติ	374	39.9	458	45.9
<b>รวม</b>	<b>938</b>	<b>100.0</b>	<b>998</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.10 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน โดยประชากรเพศชายมีร้อยละของการเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 55.7)

ตาราง 4.11 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามอายุ

บุคคลที่เดินทางมา ด้วย	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	28	3.0	33	5.0	10	3.3
เพื่อน	638	68.6	287	43.4	84	27.7
ครอบครัว/ญาติ	264	28.4	342	51.7	209	69.0
<b>รวม</b>	<b>930</b>	<b>100.0</b>	<b>662</b>	<b>100.0</b>	<b>303</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.11 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 68.6) ส่วนประชากรที่มีอายุ 26 – 35 ปี และมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 51.7 และ 69.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.12 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามสถานภาพสมรส

บุคคลที่เดินทางมาด้วย	โสด		สมรส/ม้าย/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	37	3.6	30	4.2
เพื่อน	728	70.6	204	28.7
ครอบครัว/ญาติ	266	25.8	476	67.0
<b>รวม</b>	<b>1,031</b>	<b>100.0</b>	<b>710</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.12 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 70.6) ส่วนประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม้าย/หย่าร้างส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 67.0)

ตาราง 4.13 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลที่เดินทาง มาด้วย	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	36	4.1	10	3.6	28	3.5
เพื่อน	445	50.9	173	62.2	422	52.6
ครอบครัว/ญาติ	393	45.0	95	34.2	352	43.9
<b>รวม</b>	<b>874</b>	<b>100.0</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>	<b>802</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.13 พบว่าประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน โดยประชากรที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา มีร้อยละของการเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 62.2)

ตาราง 4.14 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่เดินทาง มาด้วย	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	16	4.0	28	7.0	19	4.8	8	2.0	16	4.0
เพื่อน	185	46.3	196	49.0	172	43.0	295	73.8	153	38.3
ครอบครัว/ญาติ	199	49.8	176	44.0	209	52.3	97	24.3	231	57.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.14 พบว่าประชากรที่มีอาชีพนักวิชาการ และนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และ 73.8 ตามลำดับ ส่วนประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพทั่วไปส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 49.8 , 52.3 และ 57.8 ตามลำดับ



ตาราง 4.15 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่เดินทางมาด้วยจำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)

บุคคลที่เดินทาง มาด้วย	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	15	2.5	20	3.6	25	6.3	14	3.5
เพื่อน	446	74.6	287	51.3	151	37.8	156	39.1
ครอบครัว/ญาติ	137	22.9	253	45.2	223	55.9	229	57.4
<b>รวม</b>	<b>598</b>	<b>100.0</b>	<b>560</b>	<b>100.0</b>	<b>399</b>	<b>100.0</b>	<b>399</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.15 พบว่าประชากรในที่ไม่มีรายได้ และที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 74.6 และ 51.3 ตามลำดับ ส่วนประชากรในที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 55.9 และ 57.4 ตามลำดับ

### 3) จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จากการสำรวจจำนวนผู้ร่วมเดินทางของประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.16 – 4.22

ตาราง 4.16 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามจังหวัด

จำนวนผู้ร่วม เดินทาง	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	91	22.8	107	26.8	106	26.5	111	27.8	77	19.3
4 – 6 คน	169	42.3	150	37.5	113	28.3	127	31.8	146	36.5
มากกว่า 6 คน	92	23	112	28.1	129	32.3	101	25.3	139	34.8
ไม่ระบุ	48	12.0	31	7.8	52	13.0	61	15.3	38	9.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.16 พบว่าประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 , 37.5 , 31.8 และ 36.5 ตามลำดับ ส่วนประชากรจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน (ร้อยละ 31.8)

ตาราง 4.17 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามเพศ

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	304	36.4	257	28.2
4 – 6 คน	310	37.1	364	39.9
มากกว่า 6 คน	221	26.5	291	31.9
<b>รวม</b>	<b>835</b>	<b>100.0</b>	<b>912</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.17 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และ 39.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.18 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามอายุ

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	261	31.0	152	25.4	58	20.9
4 – 6 คน	300	35.7	280	46.8	116	41.9
มากกว่า 6 คน	280	33.3	166	27.8	103	37.2
<b>รวม</b>	<b>841</b>	<b>100.0</b>	<b>598</b>	<b>100.0</b>	<b>277</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.18 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุ 26 – 35 ปี และมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 , 46.8 และ 41.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.19 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามสถานภาพสมรส

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	โสด		สมรส/ม้าย/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	347	36.8	142	22.1
4 – 6 คน	304	32.2	286	44.5
มากกว่า 6 คน	293	31.0	214	33.3
<b>รวม</b>	<b>944</b>	<b>100.0</b>	<b>642</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.19 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน (ร้อยละ 36.8) ส่วนประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม้าย/หย่าร้าง ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน (ร้อยละ 44.5)

ตาราง 4.20 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทางจำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	196	25.4	82	33.3	208	28.0
4 – 6 คน	283	36.7	97	39.4	320	43.0
มากกว่า 6 คน	292	37.9	67	27.2	216	29.0
<b>รวม</b>	<b>771</b>	<b>100.0</b>	<b>246</b>	<b>100.0</b>	<b>744</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.20 พบว่าประชากรที่ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน (ร้อยละ 37.9) ส่วนประชากรที่ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 และ 43.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.21 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามอาชีพ

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	105	26.3	111	27.8	108	27.0	122	30.5	100	25.0
4 – 6 คน	167	41.8	179	44.8	178	44.5	136	34.0	167	41.8
มากกว่า 6 คน	128	32.0	110	27.5	114	28.5	142	35.5	133	33.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.21 พบว่าประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ นักวิชาการ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพทั่วไปส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 , 44.8 , 44.5 และ 41.8 ตามลำดับ ส่วนนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน (ร้อยละ 35.5)

ตาราง 4.22 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)

จำนวนผู้ร่วม เดินทาง	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	167	30.9	204	41.1	100	27.4	85	23.5
4 – 6 คน	188	34.8	138	27.8	158	43.3	157	43.4
มากกว่า 6 คน	186	34.4	154	31.0	107	29.3	120	33.1
<b>รวม</b>	<b>541</b>	<b>100.0</b>	<b>496</b>	<b>100.0</b>	<b>365</b>	<b>100.0</b>	<b>362</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 23 พบว่าประชากรในพื้นที่ที่ไม่มีรายได้ ที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 , 43.3 และ 43.4 ตามลำดับ ส่วนประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน (ร้อยละ 41.1)

#### 4) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการสำรวจจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.23 – 4.29

ตาราง 4.23 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด

จำนวนครั้ง/ เดือน	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	152	38.0	237	59.3	204	51.0	184	46.0	240	60.0
3 – 4 ครั้ง	167	41.8	96	24.0	132	33.0	106	26.5	96	24.0
มากกว่า 4 ครั้ง	78	19.6	65	16.3	55	13.8	100	25	56	14
ไม่ระบุ	3	0.8	2	0.5	9	2.3	10	2.5	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.23 พบว่าประชากรจังหวัดสงขลา สตูล ตรังและพัทลุง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1-2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 59.3 , 51.0, 46.0 และ 60.0 ตามลำดับ ส่วนประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 3- 4 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 41.8 )

ตาราง 4.24 จำนวนและร้อยละของจำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามเพศ

จำนวนครั้ง/เดือน	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	435	45.9	513	50.9
3 – 4 ครั้ง	277	29.2	305	30.3
มากกว่า 4 ครั้ง	236	24.9	189	18.8
<b>รวม</b>	<b>948</b>	<b>100.0</b>	<b>1007</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.24 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 – 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 45.9 และ 50.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.25 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอายุ

จำนวนครั้ง/เดือน	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	418	44.6	324	48.5	185	60.3
3 – 4 ครั้ง	276	29.4	228	34.1	68	22.1
มากกว่า 4 ครั้ง	244	26.0	116	17.4	54	17.6
<b>รวม</b>	<b>938</b>	<b>100.0</b>	<b>668</b>	<b>100.0</b>	<b>307</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.25 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุ 26 – 35 ปี และอายุมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 – 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 44.6 , 48.5 และ 60.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.26 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามสถานภาพสมรส

จำนวนครั้ง/เดือน	โสด		สมรส/ม้าย/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	495	47.8	360	50.2
3 – 4 ครั้ง	298	28.8	224	31.2
มากกว่า 4 ครั้ง	243	23.5	133	18.5
<b>รวม</b>	<b>1,036</b>	<b>100.0</b>	<b>717</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.26 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสด และสมรส/ม้าย/หย่าร้าง ส่วนใหญ่ ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 – 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และ 50.2 ตามลำดับ

ตาราง 4.27 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนครั้ง/เดือน	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	394	44.6	121	43.1	442	54.7
3 – 4 ครั้ง	257	29.1	93	33.1	239	29.6
มากกว่า 4 ครั้ง	233	26.4	67	23.8	127	15.7
<b>รวม</b>	<b>884</b>	<b>100.0</b>	<b>281</b>	<b>100.0</b>	<b>808</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.27 พบว่าประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา และปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 -2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 44.6 , 43.1 และ 54.7 ตามลำดับ

ตาราง 4.28 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนครั้ง/เดือน	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	213	53.3	208	52.0	204	51.0	181	45.3	177	44.3
3 – 4 ครั้ง	111	27.8	130	32.5	120	30.0	118	29.5	129	32.3
มากกว่า 4 ครั้ง	76	19.0	62	15.5	76	19.0	101	25.3	94	23.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.28 พบว่าประชากรในพื้นที่ที่มีอาชีพข้าราชการ นักวิชาการ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 -2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 53.3 , 52.0 , 51.0 , 45.3 และ 44.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.29 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามรายได้  
(บาท/เดือน)

จำนวนครั้ง/เดือน	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	283	47.0	274	48.2	186	46.3	212	52.6
3 – 4 ครั้ง	171	28.4	171	30.1	130	32.3	121	30.0
มากกว่า 4 ครั้ง	148	24.6	123	21.7	86	21.4	70	17.4
<b>รวม</b>	<b>602</b>	<b>100.0</b>	<b>568</b>	<b>100.0</b>	<b>402</b>	<b>100.0</b>	<b>403</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.29 พบว่าประชากรในพื้นที่ที่ไม่มีรายได้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 – 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 47.0 , 48.2 , 46.3 และ 52.6 ตามลำดับ

#### 5) กิจกรรมท่องเที่ยว

จากการสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวของประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.30 – 4.36

ตาราง 4.30 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยว

กิจกรรม ท่องเที่ยว	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	190	47.5	172	43.0	120	30.0	93	23.3	94	23.5
กิจกรรมทางน้ำ	205	51.3	220	55.0	276	69.0	305	76.3	301	75.3
ไม่ระบุ	5	1.3	8	2.0	4	1.0	2	0.5	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.30 พบว่าประชากรจังหวัดสงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรจังหวัดพัทลุงมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 75.3) ส่วนประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 47.5)

ตาราง 4.31 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

กิจกรรมท่องเที่ยว	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	361	36.7	320	31.9
กิจกรรมทางน้ำ	622	63.3	684	68.1
<b>รวม</b>	<b>983</b>	<b>100.0</b>	<b>1,004</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.31 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยเพศหญิงมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.1 และ 63.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.32 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

กิจกรรมท่องเที่ยว	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	315	33.7	230	34.7	109	35.5
กิจกรรมทางน้ำ	621	66.3	432	65.3	198	64.5
<b>รวม</b>	<b>936</b>	<b>100.0</b>	<b>662</b>	<b>100.0</b>	<b>307</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.32 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุ 26 – 35 ปี และมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปีมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 66.3) ส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีร้อยละของการเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 35.5)

ตาราง 4.33 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส

กิจกรรมท่องเที่ยว	โสด		สมรส/มีคู่/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	374	35.9	96	34.0
กิจกรรมทางน้ำ	668	64.1	186	66.0
<b>รวม</b>	<b>1,042</b>	<b>100.0</b>	<b>282</b>	<b>100.0</b>



จากตาราง 4.33 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสด และสมรส/ม้าย/หย่าร้าง ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม้าย/หย่าร้างมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากกว่าประชากรที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.0 และ 64.1 ตามลำดับ

ตาราง 4.34 จำนวนและร้อยละของการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

กิจกรรมท่องเที่ยว	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	265	31.3	89	31.7	319	37.5
กิจกรรมทางน้ำ	583	68.8	193	68.3	531	62.5
<b>รวม</b>	<b>848</b>	<b>100.0</b>	<b>282</b>	<b>100.0</b>	<b>850</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.34 พบว่าประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า มีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 68.8) ส่วนประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า มีร้อยละของการเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 31.7)

ตาราง 4.35 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำแนกตามอาชีพ

กิจกรรมท่องเที่ยว	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	139	34.8	146	36.7	144	36.0	132	33.0	129	32.3
กิจกรรมทางน้ำ	261	65.3	252	63.3	256	64.0	268	67.0	271	67.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.35 พบว่าประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ นักวิชาการ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรที่มีอาชีพธุรกิจทั่วไปมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 67.8) ส่วนประชากรที่มีอาชีพนักวิชาการมีร้อยละของการเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 36.7)

ตาราง 4.36 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)

กิจกรรมท่องเที่ยว	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาธรรมชาติ	174	32.6	132	30.3	236	39.3	143	35.3
กิจกรรมทางน้ำ	360	67.4	303	69.7	364	60.7	262	64.7
<b>รวม</b>	<b>534</b>	<b>100.0</b>	<b>435</b>	<b>100.0</b>	<b>600</b>	<b>100.0</b>	<b>405</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.36 พบว่าประชากรที่ไม่มีรายได้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ โดยประชากรในพื้นที่ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีร้อยละของการเลือกกิจกรรมทางน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 69.7) ส่วนประชากรที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 มีร้อยละของการเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 39.3)

#### 6) แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

จากการสำรวจประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ชอบของประชากรจังหวัด นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง จำแนกตามจังหวัด เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.37 – 4.43

ตาราง 4.37 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามจังหวัด

แหล่งท่องเที่ยว	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	233	58.3	299	74.8	299	74.8	310	77.5	297	74.3
วัฒนธรรม	162	40.5	97	24.3	92	23.0	86	21.5	95	23.8
ไม่ระบุ	5	1.3	4	1.0	9	2.3	4	1.0	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.37 พบว่าประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรังและพัทลุง ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยประชากรจังหวัดตรังมีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 77.5) รองลงมาคือจังหวัดสตูล สงขลา พัทลุง และนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 74.8 , 74.8 , 74.3 และ 58.3 ตามลำดับ

ตาราง 4.38 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามเพศ

แหล่งท่องเที่ยว	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	795	84.8	902	90.7
วัฒนธรรม	143	15.2	93	9.3
<b>รวม</b>	<b>938</b>	<b>100.0</b>	<b>995</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.38 พบว่าประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยเพศหญิงมีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 90.7 และ 84.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.39 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามอายุ

แหล่งท่องเที่ยว	น้อยกว่า 26 ปี		26 – 35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	859	92.3	560	84.3	260	86.7
วัฒนธรรม	72	7.7	104	15.7	40	13.3
<b>รวม</b>	<b>931</b>	<b>100.0</b>	<b>664</b>	<b>100.0</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.39 พบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุ 26 – 35 ปี และมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี มีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 92.3)

ตาราง 4.40 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามสถานภาพสมรส

แหล่งท่องเที่ยว	โสด		สมรส/มีคู่/หย่าร้าง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	939	90.8	607	85.9
วัฒนธรรม	95	9.2	100	14.1
<b>รวม</b>	<b>1034</b>	<b>100.0</b>	<b>707</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.40 พบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสด และสมรส/ม้าย/หย่าร้าง ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยประชากรที่มีสถานภาพโสดมีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 90.8 และ 85.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.41 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบจำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งท่องเที่ยว	มัธยมศึกษา/ต่ำกว่า		อนุปริญญา		ปริญญาตรี/สูงกว่า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	773	88.7	246	88.5	705	87.9
วัฒนธรรม	98	11.3	32	11.5	97	12.1
<b>รวม</b>	<b>871</b>	<b>100.0</b>	<b>278</b>	<b>100.0</b>	<b>802</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4. 41 พบว่าประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า ระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ต่ำกว่า มีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 88.7) ส่วนประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า มีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 12.1)

ตาราง 4.42 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามอาชีพ

แหล่งท่องเที่ยว	ข้าราชการ		นักวิชาการ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/นักศึกษา		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	360	90.0	311	77.8	348	87.0	369	92.3	348	87.0
วัฒนธรรม	40	10.0	89	22.3	52	13.0	31	7.8	52	13.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4.42 พบว่าประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ นักวิชาการ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยนักเรียน/นักศึกษามีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 92.3) ส่วนนักวิชาการมีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 22.3)

ตาราง 4.43 จำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ จำแนกตามรายได้ (บาท/เดือน)

แหล่งท่องเที่ยว	ไม่มีรายได้		ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 15,000		มากกว่า 15,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธรรมชาติ	554	92.2	497	89.1	334	83.9	324	81.8
วัฒนธรรม	47	7.8	61	10.9	64	16.1	72	18.2
<b>รวม</b>	<b>601</b>	<b>100</b>	<b>558</b>	<b>100</b>	<b>398</b>	<b>100</b>	<b>396</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.43 พบว่าประชากรที่ไม่มีรายได้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยประชากรที่ไม่มีรายได้มีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด (ร้อยละ 92.2) ส่วนประชากรที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีร้อยละของการชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 18.2)

### สรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ทั้งนี้เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมเมือง ที่มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ซึ่งได้สร้างความกดดัน และความเคร่งเครียดให้แก่ประชาชนทั่วไป ทำให้มีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ (นฤมล สมิตินันท์. 2527) ประชากรส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับเพื่อน ยกเว้นประชากรจังหวัดตรังและพัทลุงส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และประชากรส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า คนไทยนิยมเดินทางไปกับเพื่อนฝูงหรือครอบครัว และจำนวนบุคคลที่เดินทางด้วยอยู่ที่ประมาณ 2 – 10 คน ทั้งนี้เพราะประชากรคำนึงถึงความปลอดภัย จึงต้องการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1-2

ครั้ง/เดือน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชากรในพื้นที่ที่มีความเคยชินและเบียดเบียนกับสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ดังนั้น ควรหาจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ มีการจัดกิจกรรมเสริมในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ประชากรส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ เนื่องจากกิจกรรมทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม่าย/หย่าร้างซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวจะเลือกกิจกรรมทางน้ำ ในขณะที่กิจกรรมศึกษาธรรมชาติเหมาะสำหรับคนที่มีชอบความโลดโผนและการผจญภัย โดยเฉพาะเพศชาย และประชากรส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะประชากรส่วนใหญ่มีการรับรู้สื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมให้มากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชนควรมีการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมในหลักสูตรการเรียนการสอน เช่น การทัศนศึกษา หรือ การเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น

#### 4.1.1 ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่

**คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร**

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จำนวน 2,000 ชุด ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการจากการสำรวจทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ดังตารางสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้

##### 1) ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย ของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.44 - 4.49

ตาราง 4.44 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
	ความน่าสนใจในเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	3.79	ดี	3.61	ดี	3.67	ดี	3.72	ดี	3.64	ดี	3.69
มีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ	3.66	ดี	3.41	ดี	3.4	เฉยๆ	3.5	ดี	3.54	ดี	3.50	ดี
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.73	ดี	3.72	ดี	3.73	ดี	3.88	ดี	3.71	ดี	3.75	ดี
แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.47	ดี	3.31	เฉยๆ	3.44	ดี	3.62	ดี	3.61	ดี	3.49	ดี
ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว	3.59	ดี	3.51	ดี	3.68	ดี	3.82	ดี	3.74	ดี	3.67	ดี
ความสะดวกในการเดินทาง	3.53	ดี	3.58	ดี	3.62	ดี	3.86	ดี	3.51	ดี	3.62	ดี
มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	3.43	ดี	3.42	ดี	3.37	เฉยๆ	3.67	ดี	3.43	ดี	3.46	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>ดี</b>	<b>3.51</b>	<b>ดี</b>	<b>3.56</b>	<b>ดี</b>	<b>3.72</b>	<b>ดี</b>	<b>3.60</b>	<b>ดี</b>	<b>3.60</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.44 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.60$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีทุกประเด็น โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.75$ ) ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ( $\bar{x} = 3.46$ )

สำหรับทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.72$ ) ส่วนจังหวัดประชากรจังหวัดสงขลามีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 3.51$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดที่ประชากรในจังหวัด

สงขลามีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.31$ ) ประเด็นที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ และประเด็นมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ประชากรในจังหวัดสตูลมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และ 3.37 ตามลำดับ

ตาราง 4.45 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
	สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย	3.40	เฉยๆ	3.18	เฉยๆ	3.23	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.16	เฉยๆ	3.26
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์	3.34	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.25	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง	3.37	เฉยๆ	3.37	เฉยๆ	3.28	เฉยๆ	3.36	เฉยๆ	3.22	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ
เอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	3.34	เฉยๆ	3.21	เฉยๆ	3.20	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.19	เฉยๆ	3.26	เฉยๆ
ข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน	3.35	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.28	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.18	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ
ป้ายบอกทางมีความเพียงพอและความชัดเจน	3.36	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.36	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.37	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.36</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.32</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.27</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.37</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.22</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.31</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.45 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.31$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับเฉยๆทุกประเด็น โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือป้ายบอกทางมีความเพียงพอและชัดเจน ( $\bar{x} = 3.36$ ) ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย และเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.26



สำหรับทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.37$ ) ส่วนประชากรจังหวัดพัทลุงมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 3.37$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับเฉยๆ ทุกประเด็น

ตาราง 4.46 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
	กิจกรรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.56	ดี	3.29	เฉยๆ	3.24	เฉยๆ	3.46	ดี	3.26	เฉยๆ	3.36
กิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.48	ดี	3.26	เฉยๆ	3.29	เฉยๆ	3.44	ดี	3.38	เฉยๆ	3.37	เฉยๆ
สินค้าที่ระลึกมีความหลากหลาย	3.34	เฉยๆ	2.92	เฉยๆ	3.07	เฉยๆ	3.23	เฉยๆ	3.24	เฉยๆ	3.16	เฉยๆ
สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมาตรฐาน	3.36	เฉยๆ	2.88	เฉยๆ	3.06	เฉยๆ	3.2	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ	3.16	เฉยๆ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ระลึกมีความสวยงาม	3.31	เฉยๆ	2.87	เฉยๆ	3.08	เฉยๆ	3.24	เฉยๆ	3.3	เฉยๆ	3.16	เฉยๆ
ราคาสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.39	เฉยๆ	3.02	เฉยๆ	3.08	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.46	ดี	3.27	เฉยๆ
สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.84	ดี	2.96	เฉยๆ	3.24	เฉยๆ	3.26	เฉยๆ	3.44	ดี	3.35	เฉยๆ
สินค้าที่ระลึกมีประโยชน์ใช้สอย	3.52	ดี	2.84	เฉยๆ	3.13	เฉยๆ	3.11	เฉยๆ	3.27	เฉยๆ	3.17	เฉยๆ
สินค้าที่ระลึกมีการโฆษณาและรายการส่งเสริมที่ดี	3.41	ดี	2.87	เฉยๆ	3.05	เฉยๆ	3.03	เฉยๆ	3.19	เฉยๆ	3.11	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>ดี</b>	<b>2.99</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.14</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.26</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.32</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.23</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.46 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.23$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆทุกประเด็น โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม ( $\bar{x} = 3.37$ ) ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสินค้าที่ระลึกที่มีการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายที่ดี ( $\bar{x} = 3.11$ )

สำหรับทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.47$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆ ยกเว้น ประเด็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายที่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรังมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และ 3.46 ตามลำดับ ประเด็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมที่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรังมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และ 3.44 ตามลำดับ ประเด็นสินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุงมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และ 3.44 ตามลำดับ ประเด็นสินค้าที่ระลึกมีประโยชน์ใช้สอยและประเด็นสินค้าที่ระลึกมีการโฆษณาและรายการส่งเสริมที่ดีที่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และ 3.41 ตามลำดับ

ตาราง 4.47 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการ

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
	ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.26	เฉยๆ	3.65	ดี	3.30	เฉยๆ	3.42	ดี	3.46	ดี	3.42
ผู้ให้บริการสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้เป็นอย่างดี	3.17	เฉยๆ	3.51	ดี	3.34	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.36	เฉยๆ
ผู้ให้บริการมีความสุภาพ	3.13	เฉยๆ	3.57	ดี	3.31	เฉยๆ	3.52	ดี	3.53	ดี	3.41	เฉยๆ
การให้บริการมีความรวดเร็ว	3.04	เฉยๆ	3.47	ดี	3.21	เฉยๆ	3.51	ดี	3.35	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ
ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.26	เฉยๆ	3.48	ดี	3.41	ดี	3.50	ดี	3.37	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.17</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.51</b>	<b>ดี</b>	<b>3.30</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.45</b>	<b>ดี</b>	<b>3.40</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.32</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.47 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.32$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ เกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดีที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.42$ ) ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือการให้บริการมีความรวดเร็ว ( $\bar{x} = 3.32$ )

สำหรับทัศนคติต่อการบริการของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ ยกเว้นประชากรจังหวัดสงขลาและตรังที่มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ 3.45 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ เกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ที่ประชากรจังหวัดสงขลา ตรังและพัทลุงที่มีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 , 3.42 และ 3.46 ตามลำดับ ประเด็นผู้ให้บริการสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้เป็นอย่างดี ที่ประชากรจังหวัดสงขลา มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.51$ ) ประเด็นผู้ให้บริการมีความสุภาพ ที่ประชากรจังหวัดสงขลา ตรัง และพัทลุงมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 , 3.52 และ

3.53 ตามลำดับ ประเด็นการให้บริการมีความรวดเร็วที่ประชากรจังหวัดสงขลาและตรัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และ 3.51 ตามลำดับ และประเด็นผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ประชากรจังหวัดสงขลา สตูล และตรังมีทัศนคติอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 , 3.41 และ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 4.48 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
ด้านสาธารณูปโภคมีความสะดวกสบาย เช่น น้ำ ไฟฟ้า	3.76	ดี	3.63	ดี	3.37	เฉยๆ	3.51	ดี	3.65	ดี	3.58	ดี
สถานที่จอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย	3.56	ดี	3.57	ดี	3.36	เฉยๆ	3.56	ดี	3.62	ดี	3.53	ดี
ร้านอาหารมีความเพียงพอ	3.46	ดี	3.44	ดี	3.26	เฉยๆ	3.56	ดี	3.64	ดี	3.47	ดี
ร้านอาหารมีความสะอาด	3.46	ดี	3.10	เฉยๆ	3.27	เฉยๆ	3.51	ดี	3.51	ดี	3.37	เฉยๆ
ราคาอาหารมีความเหมาะสม	3.66	ดี	3.21	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.44	ดี	3.53	ดี	3.43	ดี
ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ	3.43	ดี	3.44	ดี	3.09	เฉยๆ	3.41	ดี	3.42	ดี	3.36	เฉยๆ
สถานที่พักมีหลายระดับให้เลือก	3.48	ดี	3.52	ดี	3.25	เฉยๆ	3.47	ดี	3.41	ดี	3.43	ดี
ห้องพักมีบรรยากาศดี สะอาด สะดวกสบาย	3.58	ดี	3.62	ดี	3.32	เฉยๆ	3.54	ดี	3.47	ดี	3.51	ดี
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.51	ดี	3.13	เฉยๆ	3.27	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.49	ดี	3.36	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>ดี</b>	<b>3.41</b>	<b>ดี</b>	<b>3.28</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.49</b>	<b>ดี</b>	<b>3.53</b>	<b>ดี</b>	<b>3.45</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.48 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.45$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดีเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นร้านอาหารมีความสะอาด ห้องน้ำมีความสะอาดและ

เพียงพอ และ ราคาที่พักรมีความเหมาะสมที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 , 3.36 และ 3.36 ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือสาธารณูปโภคมีความสะดวกสบาย เช่น น้ำ ไฟฟ้า ( $\bar{x} = 3.58$ )

สำหรับทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ยกเว้นประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.28$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีทัศนคติอยู่ในระดับดีเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกประเด็น ประชากรจังหวัดสงขลามีทัศนคติต่อประเด็นร้านอาหารมีความสะอาด ราคาอาหารมีความเหมาะสม และราคาที่พักมีความเหมาะสมที่อยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 , 3.21 และ 3.13 ตามลำดับ และประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อประเด็นราคาที่พักมีความเหมาะสมอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.40$ )

ตาราง 4.49 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย

ประเด็น	นครศรีธรรมราช		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
	มาตรการรักษาความปลอดภัยมีประสิทธิภาพ	3.38	เฉยๆ	3.19	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.35	เฉยๆ	3.25	เฉยๆ	3.30
มาตรการรักษาความปลอดภัยครอบคลุมทุกพื้นที่	3.36	เฉยๆ	3.32	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.29	เฉยๆ	3.26	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ
มีความเสี่ยงน้อยต่อการได้รับอันตราย	3.03	เฉยๆ	3.02	เฉยๆ	2.87	เฉยๆ	2.70	เฉยๆ	2.85	เฉยๆ	2.89	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.26</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.18</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.16</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.11</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.12</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.17</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.49 พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ( $\bar{x} = 3.17$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกประเด็น โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือ มาตรการรักษาความปลอดภัยครอบคลุมทุกพื้นที่ ( $\bar{x} = 3.31$ ) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือ มีความเสี่ยงน้อยต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 2.89$ )

สำหรับทัศนคติต่อความปลอดภัยของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อความปลอดภัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.26$ ) ส่วนประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 3.11$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกประเด็น

## 2) ทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัดและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.50 – 4.55

ตาราง 4.50 ค่าเฉลี่ยและระดับทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ด้าน	ประชุม/อบรม/สัมมนา		เรียนรู้/ทัศนศึกษา		เพลิดเพลิน/พักผ่อน	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.70	ดี	3.54	ดี	3.64	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.28	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.46	ดี	3.32	เฉยๆ	3.30	เฉยๆ
การบริการ	3.36	เฉยๆ	3.15	เฉยๆ	3.15	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.58	ดี	3.30	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ
ความปลอดภัย	3.54	ดี	3.35	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.49</b>	<b>ดี</b>	<b>3.34</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.37</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.50 พบว่าประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา มีทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.49$ ) ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน และเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา มีทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และ 3.37 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทักษะคิดต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา เพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมีทักษะคิดต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา มีทักษะคิดต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยอยู่ในระดับดี ในขณะที่ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมีทักษะคิดอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา เพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน มีทักษะคิดต่อการประชาสัมพันธ์และการบริการ อยู่ในระดับเฉยๆ

ตาราง 4.51 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วย

ด้าน	มาคนเดียว		เพื่อน		ครอบครัว/ญาติ	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.65	ดี	3.63	ดี	3.61	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.24	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.25	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.46	ดี	3.34	เฉยๆ	3.27	เฉยๆ
การบริการ	3.33	เฉยๆ	3.17	เฉยๆ	3.15	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	ดี	3.39	เฉยๆ	3.34	เฉยๆ
ความปลอดภัย	3.53	ดี	3.39	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>ดี</b>	<b>3.38</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.34</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.51 พบว่าประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 3.47$ ) ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อน และมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และ 3.34 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

ประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ และการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยอยู่ในระดับดี ในขณะที่ประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนและมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ



ตาราง 4.52 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ด้าน	1 – 3 คน		4 – 6 คน		มากกว่า 6 คน	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.64	ดี	3.61	ดี	3.64	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.38	เฉยๆ	3.36	เฉยๆ	3.35	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.30	เฉยๆ	3.29	เฉยๆ	3.33	เฉยๆ
การบริการ	3.12	เฉยๆ	3.14	เฉยๆ	3.18	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.39	เฉยๆ	3.38	เฉยๆ	3.34	เฉยๆ
ความปลอดภัย	3.42	ดี	3.38	เฉยๆ	3.36	เฉยๆ
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.36</b>	<b>เฉยๆ</b>	<b>3.37</b>	<b>เฉยๆ</b>

จากตาราง 4.52 พบว่าประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน , 4 – 6 คน และ มากกว่า 6 คน มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 , 3.36 และ 3.37 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน , 4 – 6 คน และ มากกว่า 6 คน มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน มีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน และ มากกว่า 6 คน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน , 4 – 6 คน และ มากกว่า 6 คน มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับเฉยๆ

ตาราง 4.53 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของกิจกรรมที่เลือก

ด้าน	กิจกรรมทางน้ำ		ศึกษาธรรมชาติ	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.72	ดี	3.66	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.32	เฉยๆ	3.34	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.43	ดี	3.39	เฉยๆ
การบริการ	3.33	เฉยๆ	3.29	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	ดี	3.52	ดี
ความปลอดภัย	3.54	ดี	3.52	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.49</b>	<b>ดี</b>	<b>3.45</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.53 พบว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำและศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และ 3.45 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำและศึกษาธรรมชาติ มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับดี

ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำและศึกษาธรรมชาติ มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์และการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่เลือกศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

ตาราง 4.54 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

ด้าน	1 – 2 ครั้ง/เดือน		3 – 4 ครั้ง/เดือน		มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.63	ดี	3.56	ดี	3.63	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.32	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.35	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.34	เฉยๆ	3.30	เฉยๆ	3.26	เฉยๆ
การบริการ	3.13	เฉยๆ	3.17	เฉยๆ	3.23	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.37	เฉยๆ	3.48	ดี	3.42	ดี
ความปลอดภัย	3.37	เฉยๆ	3.40	เฉยๆ	3.45	ดี
รวม	3.36	เฉยๆ	3.37	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ

จากตาราง 4.54 พบว่าประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 – 4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวม อยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 , 3.37 และ 3.39 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 – 4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 3-4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน และจำนวน 3 – 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 – 4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก และการบริการ อยู่ในระดับเฉยๆ

ตาราง 4.55 ค่าเฉลี่ยและระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

ด้าน	ธรรมชาติ		วัฒนธรรม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
สภาพแหล่งท่องเที่ยว	3.64	ดี	3.49	ดี
การประชาสัมพันธ์	3.35	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ
กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	3.32	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ
การบริการ	3.15	เฉยๆ	3.30	เฉยๆ
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.37	เฉยๆ	3.43	ดี
ความปลอดภัย	3.39	เฉยๆ	3.43	ดี
รวม	3.37	เฉยๆ	3.39	เฉยๆ

จากตาราง 4.55 พบว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และ 3.39 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านพบว่า

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย อยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีทัศนคติอยู่ในระดับดี

สำหรับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก และด้านการบริการ พบว่าประชากรในพื้นที่ที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

### สรุป ผลการศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรจังหวัดสงขลานครินทร์ ๖ อำเภอ พัทลุง ตรัง และสตูล ในด้านต่างๆ ดังนี้

**ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว** ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีทุกจังหวัด โดยจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดตรังยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าบกและชายเลน และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษน่าสนใจ เช่น ถ้ำเลเขากอบซึ่งเป็นถ้ำเดียวที่มีหาดทรายในถ้ำ และมีธารน้ำไหลผ่านและล้อมรอบ หรือภูเขาเมฆซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นเหมือนเมืองเหนือและสามารถเห็นทะเลหมอกได้ เป็นต้น ส่วนจังหวัดสงขลามีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะ

สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลามีความเชื่อมโยง ขาดการบูรณะ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ขาดเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและร่องรอยทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะอาด ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีสภาพที่สวยงาม สร้างจุดเด่น มีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งหลักฐาน และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความจำเจและสร้างแรงจูงใจให้ประชากรในพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละประเด็นพบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีเกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นความน่าสนใจของวัฒนธรรมประเพณี และประเด็นการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ประชากรจังหวัดสตูลมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดสตูลยังไม่มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล ดังนั้นทางจังหวัดสตูลควรมีการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล และควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางบกให้มีความสวยงามและมีจุดเด่นที่น่าสนใจ และควรมีการจัดเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมให้มากขึ้น เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมระหว่างประชากรที่นับถือศาสนาพุทธและอิสลาม เป็นต้น

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ พบว่าอยู่ในระดับดีทุกกลุ่ม

**ด้านการประชาสัมพันธ์** ประชากรทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ โดยจังหวัดตรังที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากทางหน่วยงานราชการต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสำหรับประชากรในพื้นที่ ในราคาถูก และเทศบาลนครตรังจัดโครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น ในขณะที่จังหวัดพัทลุงมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดพัทลุงขาดการประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง และไม่มีการประชาสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยมีความน่าสนใจ ดังนั้นทางจังหวัดพัทลุงควรมีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดทั้งปี และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงมุมที่ติดป้าย สีของตัวอักษร เน้นรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ และข้อความแบบพาดหัวข่าว สร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์จำแนกตามตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆทุกกลุ่ม

**ด้านกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก** ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ เกือบทุกจังหวัด ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นในเรื่องของศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ทำให้สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นค่อนข้างสูง เช่น เครื่องถม ซึ่งเป็นหัตถกรรมสำคัญของนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักแพร่หลายมาแต่อดีต สร้อยนระโม สร้อยเงิน และสร้อยสามกษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่ตกทอดกันมาช้านานด้านฝีมือช่างเงินของชาวนครศรีธรรมราชที่ประดิษฐ์ถักสร้อยสร้อยนานาชนิด นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ระลึก ประเภทอาหารพื้นเมืองต่างๆ เช่น ขนมจีน และขนมบุญเดือนสิบ เป็นต้น ส่วนจังหวัดสงขลามีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดสงขลา ยังไม่มีสินค้าที่ระลึกที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้นควรมีการพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และควรมีเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกกลุ่ม เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พบว่าประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษาและเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วยพบว่าประชากรที่เดินทางมาคนเดียวมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนและมากับครอบครัว/ญาติมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อจำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่เลือกศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

**ด้านการบริการ** ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ เกือบทุกจังหวัด ยกเว้นประชากรจังหวัดสงขลาและตรังที่มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนจังหวัดที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือนครศรีธรรมราช ทั้งนี้เพราะประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยการพูดที่ห้าวและห้วน เป็นเหตุให้การพูดจาสนทนาของประชากรในพื้นที่ขาดหางเสียงที่เสริมแต่งเพื่อให้ฟังไพเราะอ่อนโยนฟังระรื่นหู รวมถึงการแสดงออกต่างๆ ที่ดูแข็งกระด้าง ทำให้คนที่ได้ฟังเกิดความรู้สึก

ไม่พอใจ ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมเพื่อให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการให้บริการที่ดีแก่ผู้ให้บริการ

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกกลุ่ม

**ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** ประชากรมีทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีเกือบทุกจังหวัด ยกเว้นประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมุ่งเน้นการสร้างตลาดมากเกินไป แต่ไม่มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และร้านอาหาร เป็นต้น โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น ถ้ำภูผาเพชร เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีจำนวนไม่เพียงพอและไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่อาจจะเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงการดูแลรักษาให้มีความสะอาดอยู่เสมอ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทุกกลุ่ม เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์พบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษาและเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วยพบว่า ประชากรที่เดินทางมาคนเดียวมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนและมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่พบว่า ประชากรที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3-4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และเมื่อจำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบพบว่า ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

**ด้านความปลอดภัย** ประชากรทุกจังหวัดมีทัศนคติต่อความปลอดภัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากที่สุด ส่วนประชากรในจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดตรังหลายแห่ง

โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด และน้ำตก มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ค่อนข้างสูง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัย เช่น ควรกำหนดแผนพัฒนาทำเทียบเรือ ระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และมีการซ้อมแผนหลบภัยในกรณีที่เกิดภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วย พบว่า ประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนและมากับครอบครัว/ญาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน และ มากกว่า 6 คน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ เมื่อจำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำและศึกษาธรรมชาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 – 2 ครั้ง/เดือน และจำนวน 3 – 4 ครั้ง/เดือน มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ

#### 4.1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### คำถามการวิจัยข้อที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จำนวน 2,000 ชุด ซึ่งผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจของประชากรในพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ดังตารางสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้



### 1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัด

ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ดังตาราง 4.56

ตาราง 4.56 จำนวนและร้อยละของการตอบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถูกและผิด

ข้อความ	ถูก	ผิด
<b>ข้อความที่เป็นจริง</b>		
การท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้/ทัศนศึกษา	92.4	7.6
การไปประชุมสัมมนาต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว	72.4	27.6
การไปศึกษาต่อต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว	71.2	28.8
การไปติดต่อธุระต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว	64.3	35.6
การไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว	71.0	29.0
แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา	82.5	17.5
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีทำให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์	89.0	11.0
การเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี	36.0	64.0
การอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	77.5	22.5
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน	83.7	16.3
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม	84.8	15.2
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความตระหนักและจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	83.7	16.3
<b>ข้อความที่เป็นเท็จ</b>		
การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว	35.9	64.1
นักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยี่ยมชมเยือนจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน	23.1	76.9
การท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี	28.2	71.8
การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้าน จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี	27.5	72.5

ตาราง 4.56 (ต่อ)

ข้อความ	ถูก	ผิด
<b>ข้อความที่เป็นเท็จ (ต่อ)</b>		
การเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี	36.0	64.0
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	30.5	69.5
การเที่ยวงานประเพณี และการชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	31.6	68.4
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ประกอบการหรือบริษัทนำเที่ยว	41.7	58.3
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นรายได้หรือปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก	44.2	55.8

จากตาราง 4.56 พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้/ทัศนศึกษา การไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาต่อ การไปติดต่อธุระ และการไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 92.4 , 72.4 , 71.2 , 64.3 และ 71.0 ตามลำดับ แต่ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดว่าการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ต่างพื้นที่นั้นถือเป็นการท่องเที่ยว (ร้อยละ 64.1) นอกจากนี้ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดว่านักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยี่ยมชมจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน (ร้อยละ 76.9) สำหรับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ถูกต้องเกือบทุกประเด็น มีเพียงประเด็นเดียวที่ประชากรส่วนใหญ่เข้าใจผิดคือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 69.5) ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นพบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจถูกต้องเพียงบางประเด็นคือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทำให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา คิดเป็นร้อยละ 89.0 และ 82.5 ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจผิดคือ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านและการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี คิดเป็นร้อยละ 72.5 , 71.8 และ 64.0 ตามลำดับ

ตาราง 4.57 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นครศรีธรรมราช	50	12.5	299	79.8	51	7.8	2.00
สงขลา	69	17.8	270	69.6	49	12.6	1.95
สตูล	71	18.1	273	69.5	49	12.5	1.94
ตรัง	65	16.3	278	69.8	55	13.8	1.98
พัทลุง	56	14.1	294	73.9	48	12.1	1.97
<b>รวม</b>	<b>311</b>	<b>15.7</b>	<b>1,434</b>	<b>72.5</b>	<b>232</b>	<b>11.7</b>	<b>1.96</b>

จากตาราง 4.57 พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 72.5) เมื่อพิจารณาแต่ละจังหวัดพบว่าประชากรทุกจังหวัดส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 2.00$ ) ส่วนประชากรจังหวัดสตูลมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.94$ )

## 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.58 – 5.63

ตาราง 4.58 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประชุม/อบรม/สัมมนา	40	19.0	134	63.8	36	17.1	1.98
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	71	15.2	332	70.9	65	13.9	1.99
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	196	15.3	949	74.0	138	10.8	1.95
<b>รวม</b>	<b>307</b>	<b>15.7</b>	<b>1415</b>	<b>72.2</b>	<b>239</b>	<b>12.2</b>	<b>1.97</b>

จากตาราง 4.58 พบว่าประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา เพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.5 , 74.4 และ 72.2 ตามลำดับ โดยประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษามีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 1.99$ ) ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.96$ )

ตาราง 4.59 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วย

บุคคลที่เดินทาง มาด้วย	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มาคนเดียว	11	15.1	53	72.6	9	12.3	1.97
เพื่อน	167	16.2	760	73.6	105	10.2	1.94
ครอบครัว/ญาติ	127	15.0	603	71.3	116	13.7	1.99
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>15.6</b>	<b>1416</b>	<b>72.6</b>	<b>230</b>	<b>11.8</b>	<b>1.97</b>

จากตาราง 4.59 พบว่าประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว/ญาติ ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.6 , 73.6 และ 71.3 ตามลำดับ โดยประชากรที่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 1.99$ ) ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.94$ )

ตาราง 4.60 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วม เดินทาง	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1 – 3 คน	80	16.4	336	69.0	71	14.6	1.98
4 – 6 คน	103	14.5	516	72.7	91	12.8	1.98
มากกว่า 6 คน	86	15.2	421	74.5	58	10.3	1.95
<b>รวม</b>	<b>269</b>	<b>15.3</b>	<b>1273</b>	<b>72.2</b>	<b>220</b>	<b>12.5</b>	<b>1.97</b>

จากตาราง 4.60 พบว่าประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1 - 3 คน จำนวน 4 - 6 คน และมากกว่า 6 คน ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 69.0 , 72.7 และ 74.5 ตามลำดับ โดยประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1 - 3 คน และจำนวน 4 - 6 คน มีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 1.98$ ) ส่วนประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน มีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.95$ )

ตาราง 4.61 จำนวน ร้อยละและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

จำนวนครั้งในการ ท่องเที่ยวในพื้นที่	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1 - 2 ครั้ง/เดือน	153	16.5	669	72.3	103	11.1	1.95
3 - 4 ครั้ง/เดือน	94	15.3	443	72.1	77	12.5	1.97
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	60	14.4	301	72.2	56	13.4	1.99
<b>รวม</b>	<b>307</b>	<b>15.8</b>	<b>1413</b>	<b>72.6</b>	<b>226</b>	<b>11.6</b>	<b>1.97</b>

จากตาราง 4.61 พบว่าประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1 -2 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 - 4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.3 , 72.1 และ 72.2 ตามลำดับ โดยประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 1.99$ ) ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 - 2 ครั้ง/เดือนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ( $\bar{x} = 1.95$ )

ตาราง 4.62 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมการ ท่องเที่ยว	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ศึกษาธรรมชาติ	105	16.5	432	68.0	98	15.4	1.99
กิจกรรมทางน้ำ	185	14.1	989	75.4	138	10.5	1.96
<b>รวม</b>	<b>290</b>	<b>14.9</b>	<b>1,421</b>	<b>73.0</b>	<b>236</b>	<b>12.1</b>	<b>1.98</b>

จากตาราง 4.62 พบว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ และกิจกรรมทางน้ำส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 68.0 และ 75.4 ตามลำดับ โดยประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจมากกว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.99 และ 1.96 ตามลำดับ

ตาราง 4.63 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตาม แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยว	น้อย		ปานกลาง		มาก		$\bar{x}$
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ธรรมชาติ	263	15.2	1,251	72.5	211	12.2	1.97
วัฒนธรรม	33	14.8	161	72.2	29	13.0	1.98
<b>รวม</b>	<b>296</b>	<b>15.2</b>	<b>1,412</b>	<b>72.5</b>	<b>240</b>	<b>12.3</b>	<b>1.98</b>

จากตาราง 4.63 พบว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.5 และ 72.2 ตามลำดับ โดยประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 และ 1.97 ตามลำดับ

**สรุป ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้/ทัศนศึกษา การไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาต่อ การไปติดต่อธุระ และการไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ แต่ยังมีความเข้าใจผิดว่าการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ต่างพื้นที่นั้นถือเป็นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความเข้าใจผิดว่านักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยี่ยมชมเยือนจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน สำหรับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ถูกต้องเกือบทุกประเด็น มีเพียงประเด็นเดียวที่ประชากรส่วนใหญ่เข้าใจผิดคือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง

ประวัติศาสตร์นั้นพบว่า ประชากรมีความเข้าใจถูกต้องเพียงบางประเด็นคือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทำให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา ส่วนประเด็นที่ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจผิดคือ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านและการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี เมื่อจำแนกความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรทุกจังหวัดส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดสตูลมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ดังนั้นภาคีที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในเรื่องความหมายของการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ให้แก่ประชากรในพื้นที่ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่ายเรียนรู้ และทัศนศึกษา เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบพบว่า ประชากรทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษามีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ ย่อมมีลักษณะของความใฝ่รู้ ต้องการเรียนรู้และแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ จึงทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ประชากรที่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังมีประสบการณ์น้อย จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสถานศึกษาควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับเยาวชนให้มากขึ้น เช่น การจัดทำหลักสูตรการท่องเที่ยว โดยเน้นให้เยาวชนมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1 – 3 คน และ จำนวน 4 – 6 คน มีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน มีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ทั้งนี้เพราะเมื่อประชากรมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก ย่อมทำ

ให้เกิดการเรียนรู้และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 – 2 ครั้ง/เดือนมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติมีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจมากกว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ ทั้งนี้เพราะประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ เช่น การเดินป่า ปีนจักรยาน และดูสัตว์ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ มีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้ประชากรเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

#### 4.1.3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

**คำถามการวิจัยข้อที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร**

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จำนวน 2,000 ชุด ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากร จากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ผลการวิเคราะห์ดังตารางสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้

##### 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัด

ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ดังตาราง 4.64



ตาราง 4.64 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด

สื่อ	นครศรีฯ		สงขลา		สตูล		ตรัง		พัทลุง		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
<b>สื่อบุคคล</b>	3.47	มาก	3.31	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง
บุคคลในครอบครัว	3.79	มาก	3.77	มาก	3.65	มาก	3.77	มาก	3.57	มาก	3.71	มาก
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	3.64	มาก	3.68	มาก	3.75	มาก	3.66	มาก	3.53	มาก	3.65	มาก
บริษัทนำเที่ยว	3.21	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
หน่วยงานท่องเที่ยว	3.25	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง
<b>สื่อที่ไม่ใช่บุคคล</b>	3.29	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	3.47	มาก	2.78	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง
นิตยสาร	3.23	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
พ็อกเก็ตบุ๊ก	3.04	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.48	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.41	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง
แผ่นพับ/โบชัวร์	3.23	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง
นิทรรศการ	3.27	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
วิทยุ	3.34	มาก	3.27	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
โทรทัศน์	3.35	มาก	3.32	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
เว็บไซต์	3.35	มาก	3.08	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.33	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง
<b>รวม</b>	3.38	มาก	3.16	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง

จากตาราง 4.64 พบว่าประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.16$ ) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อพบว่า ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และ 3.01 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลชนิดต่างๆ พบว่า ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ 3.65 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 และ 2.96 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลชนิดต่างๆ พบว่า ประชากรมีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลางทุกชนิด โดยประชากรมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.30$ ) รองลงมาคือ โทรทัศน์ ( $\bar{x} = 3.27$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากพ็อคเก็ตบุ๊กมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ( $\bar{x} = 2.64$ )

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามจังหวัดพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.38$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของสื่อพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.47$ ) และประชากรทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลาง โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.29$ ) ส่วนจังหวัดที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือพัทลุง ( $\bar{x} = 2.80$ )

## 2) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วยจำนวนผู้ร่วมเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบและสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไป ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.65 – 4.70

ตาราง 4.65 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	3.25	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	3.36	มาก	3.06	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง
เพลิดเพลิน/พักผ่อน	3.30	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.99</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.15</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.65 พบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อทำธุระ/อบรม/สัมมนา เพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษามีค่าเฉลี่ยของการรับรู้สื่อมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.21$ ) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลางเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้นประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษาที่มีการรับรู้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.36$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลพบว่า ประชากรทุกกลุ่มมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษามีค่าเฉลี่ยการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.06$ )

ตาราง 4.66 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามบุคคลที่เดินทางมาด้วย

บุคคลที่เดินทางมาด้วย	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
มาคนเดียว	3.28	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
มากับเพื่อน	3.36	มาก	2.96	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
มากับครอบครัว/ญาติ	3.30	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.01</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.16</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.66 พบว่า ประชากรที่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว/ญาติ มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่เดินทางมาคนเดียวมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้สื่อมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.23$ ) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าประชากรมีการ

รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลางเกือบทุกกลุ่ม ยกเว้น ประชากรที่เดินทางมากับเพื่อน ที่มีการรับรู้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.36$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลพบว่า ประชากรทุกกลุ่มมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากร ที่เดินทางมาคนเดียวมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่มากที่สุด ( $\bar{x} = 3.17$ )

ตาราง 4.67 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
1 – 3 คน	3.28	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
4 – 6 คน	3.26	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
มากกว่า 6 คน	3.33	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.01</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.15</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.67 พบว่า ประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1 – 3 คน จำนวน 4 – 6 คน และมากกว่า 6 คน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.18$ ) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อพบว่าประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม โดยประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.33$ ) และประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.07$ )

ตาราง 4.68 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

จำนวนครั้ง	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
1 – 2 ครั้ง/เดือน	3.24	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
3 – 4 ครั้ง/เดือน	3.26	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	3.37	มาก	3.08	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.01</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.15</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.68 พบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 3-4 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากที่สุด ( $\bar{x} = 3.23$ ) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าประชากรมีการรับรู้จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม ยกเว้นประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.37$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ไม่บุคคลพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม โดยประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้สื่อมากที่สุด ( $\bar{x} = 3.08$ )

ตาราง 4.69 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมท่องเที่ยว	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
กิจกรรมทางน้ำ	3.37	มาก	2.89	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง
ศึกษารวมชาติ	3.25	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.00</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.15</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.69 พบว่า ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำและศึกษารวมชาติมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้สื่อมากกว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ 3.13 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำมีการรับรู้จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.37$ ) ส่วนประชากรที่เลือกศึกษารวมชาติมีการรับรู้จากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.25$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ไม่บุคคลพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม โดยประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติมีค่าเฉลี่ยมากกว่าประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ 2.89 ตามลำดับ

ตาราง 4.70 ค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สื่อบุคคล		สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		รวม	
	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ	$\bar{x}$	ระดับ
แหล่งธรรมชาติ	3.38	มาก	2.84	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
แหล่งวัฒนธรรม	3.23	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.31</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.01</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.16</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 4.70 พบว่า ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สื่อมากกว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ 3.11 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีการรับรู้จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.38$ ) ส่วนประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีการรับรู้จากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.23$ ) ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกกลุ่ม โดยประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากกว่าประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ 2.84 ตามลำดับ

**สรุป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าสื่อบุคคลมีความสำคัญมากที่สุดในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลที่ได้รับในระดับมากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงาน ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ฉะนั้น ทั้งทางบริษัทนำเที่ยวและหน่วยงานท่องเที่ยวควรร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในลักษณะของการบอกกล่าวให้มากขึ้น ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ วิทยุ รองลงมาคือโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะสื่อทั้ง 2 ประเภท เป็นสื่อที่สามารถกระจายเข้าถึงคนหมู่มาก (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 134) ส่วนสื่อที่ประชากรมีการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ พ็อคเก็ตบุ๊ก ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะพ็อคเก็ตบุ๊ก

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัด พบว่า ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดพัทลุงมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษามีการรับรู้สื่อทั้งสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมไม่รู้จัก จึงมีความสนใจศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทต่างๆ มากกว่าประชากรกลุ่มอื่นๆ ประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนมีการรับรู้สื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนประชากรที่เดินทางมาคนเดียวมีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรที่ชอบเดินทางคนเดียวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ต้องการแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ อยู่เสมอโดยเฉพาะสถานที่ที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จัก จึงจำเป็นต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางแต่ละครั้งจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีหลากหลายชนิด เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ และโบชัวร์ต่างๆ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างครอบคลุมและมีความละเอียด ประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน มีการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทาง 1 – 3 คน มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน มีการรับรู้ทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำมีการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากที่สุด

#### 4.1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

**คำถามการวิจัยข้อที่ 4 ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร**

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 4 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จำนวน 2,000 ชุด และทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) ด้วยวิธี Stepwise method ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 โดยได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้

### 1) ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.71 – 4.72

**ตาราง 4.71** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อ เรียนรู้/ทัศนศึกษา (Y = 1) เมื่อเปรียบเทียบกับที่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน (Y = 0)

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	-2.590	0.599	0.075	0.000	0.000
อาชีพ					
ข้าราชการ	0.085	0.793	1.088	0.915	0.521
นักวิชาการ	1.438*	0.760	4.211	0.019	0.808
ธุรกิจส่วนตัว	0.587	0.673	1.798	0.383	0.643
นักเรียน/นักศึกษา	1.514*	0.635	4.545	0.017	0.820
ความรู้ความเข้าใจ	1.538**	0.751	4.655	0.008	0.823

จากตาราง 4.71 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

อาชีพนักวิชาการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยนักวิชาการมีโอกาสจะเลือกเดินทางเพื่อเรียนรู้ ร้อยละ 80.8

อาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยนักเรียน/นักศึกษามีโอกาสจะเลือกเดินทางเพื่อเรียนรู้ ร้อยละ 82.0

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่มากมีโอกาสจะเลือกเดินทางเพื่อเรียนรู้ ร้อยละ 82.3

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวได้ 23.2 % ( $R^2 = .232$ ) และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรจะท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_1 = -2.590 + 0.085(\text{ข้าราชการ}) + 1.438(\text{นักวิชาการ}) + 0.587(\text{ธุรกิจส่วนตัว}) + 1.514(\text{นักเรียน/นักศึกษา}) + 1.538(\text{ความรู้ความเข้าใจ})$$



ตาราง 4.72 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	ความเพี้ยน	เรียนรู้/ทัศนศึกษา	%ความถูกต้อง
ความเพี้ยน	1,424	253	84.9
เรียนรู้/ทัศนศึกษา	88	235	72.7
รวม			78.8

จากตาราง 4.72 พบว่า สมการดังกล่าวสามารถทำนายประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเพี้ยนได้ถูกต้อง 84.9% และทำนายประชากรที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ได้ถูกต้อง 72.7% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 78.8%

## 2) ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย ผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.73 – 4.74

ตาราง 4.73 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของการเดินทางมากับเพื่อน

( $Y = 1$ ) เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ( $Y = 0$ )

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	-1.941***	0.347	0.144	0.000	0.000
สถานภาพ					
โสด	2.474***	0.342	11.872	0.000	0.922
อาชีพ					
ข้าราชการ	0.085	0.451	1.089	0.525	0.521
นักวิชาการ	0.125	0.430	1.133	0.001	0.531
ธุรกิจส่วนตัว	0.562	0.409	1.754	0.005	0.637
นักเรียน/นักศึกษา	1.538**	0.502	4.655	0.002	0.823

จากตาราง 4.73 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบุคคลที่เดินทางมาด้วย ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

สถานภาพโสดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกเดินทางกับเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีสถานภาพโสดมีโอกาสจะเลือกเดินทางกับเพื่อนร้อยละ 92.2

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกเดินทางกับเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยนักเรียน/นักศึกษา มีโอกาสจะเลือกเดินทางกับเพื่อนร้อยละ 82.3

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของบุคคลที่เดินทางมาด้วย ได้ 47.6 % ( $R^2 = .476$ ) และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรจะเดินทางกับเพื่อน จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_i = -1.941 + 2.474(\text{สถานภาพโสด}) + 0.085(\text{ข้าราชการ}) + 0.125(\text{นักวิชาการ}) + 0.562(\text{ธุรกิจส่วนตัว}) + 1.538(\text{นักเรียน/นักศึกษา})$$

ตาราง 4.74 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายบุคคลที่เดินทางมาด้วย

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	%ความถูกต้อง
ครอบครัว/ญาติ	635	170	78.9
เพื่อน	214	981	82.1
<b>รวม</b>			<b>80.8</b>

จากตาราง 4.74 พบว่า สมการดังกล่าวสามารถทำนายประชากรที่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ได้ถูกต้อง 78.9% และทำนายประชากรที่เดินทางมากับเพื่อนได้ถูกต้อง 82.1% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 80.8%

### 3) ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.75 – 4.76

ตาราง 4.75 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน (Y = 1) เมื่อเปรียบเทียบกับมีผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่าเท่ากับ 3 คน (Y = 0)

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	1.823	1.195	6.188	0.127	0.861
เพศ					
ชาย	-0.897**	0.344	0.408	0.009	0.290
สถานภาพ					
โสด	-0.944**	0.305	0.389	0.002	0.280
ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.699**	0.256	0.497	0.006	0.332

จากตาราง 4.75 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

เพศชายมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยเพศชายมีโอกาสที่จะมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน เพียงร้อยละ 29.0

สถานภาพโสดมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยประชากรที่มีสถานภาพโสดมีโอกาสจะมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน เพียงร้อยละ 28.0

ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยประชากรที่มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมีโอกาสจะมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน เพียงร้อยละ 33.2

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของการมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน ได้ 21.8 % ( $R^2 = .218$ ) และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรจะมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คน จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_i = 1.823 - 0.897(\text{เพศชาย}) - 0.944(\text{สถานภาพโสด}) - 0.699(\text{ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก})$$

ตาราง 4.76 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	น้อยกว่าเท่ากับ 3 คน	มากกว่า 3 คน	%ความถูกต้อง
น้อยกว่าเท่ากับ 3 คน	519	329	61.2
มากกว่า 3 คน	248	905	78.5
รวม			71.2

จากตาราง 4.76 พบว่า สมการดังกล่าวสามารถทำนายประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่าเท่ากับ 3 คนได้ถูกต้อง 61.2% และทำนายประชากรที่มีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 3 คนได้ถูกต้อง 78.5% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 71.2%

#### 4) ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.77 – 4.78

ตาราง 4.77 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง (Y = 1) เมื่อเทียบกับที่ท่องเที่ยวน้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้ง (Y = 0)

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	-8.451	1.487	0.000	0.000	0.000
ความรู้ความเข้าใจ	0.212***	0.056	1.236	0.000	0.553
การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล	0.497***	0.145	1.644	0.001	0.622
ทัศนคติต่อการบริการ	0.796**	0.269	2.216	0.003	0.689
ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก	1.637***	0.316	5.140	0.000	0.837
ทัศนคติต่อความปลอดภัย	0.468*	0.209	1.598	0.025	0.615

จากตาราง 4.77 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากร

ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากมีโอกาที่จะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 55.3

การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากมีโอกาสจะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 62.2

ทัศนคติต่อการบริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการมากมีโอกาสจะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 68.9

ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากมีโอกาสจะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 83.7

ทัศนคติต่อความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับโอกาสในการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อความปลอดภัยมากมีโอกาสจะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 61.5

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของการมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมากกว่า 2 ครั้ง/เดือน ได้ 23.7 % และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรจะท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง/เดือน จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_i = -8.451 + 0.212(\text{ความรู้ความเข้าใจ}) + 0.497(\text{การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล}) + 0.796(\text{ทัศนคติต่อการบริการ}) + 1.637(\text{ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.468(\text{ทัศนคติต่อความปลอดภัย})$$

**ตาราง 4.78** แสดงความถูกต้องของสมการทำนายจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	น้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง	%ความถูกต้อง
น้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้ง	960	230	80.7
มากกว่า 2 ครั้ง	362	448	55.3
<b>รวม</b>			<b>70.4</b>

จากตาราง 4.78 พบว่า สมการดังกล่าว สามารถทำนายประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่น้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้งได้ถูกต้อง 80.7% และทำนายประชากรที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากกว่า 2 ครั้ง ได้ถูกต้อง 55.3% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 70.4%

### 5) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ดังตาราง

4.79 – 4.80

**ตาราง 4.79** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของประชากรที่เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวแบบศึกษารวมชาติ ( $Y = 1$ ) เมื่อเปรียบเทียบกับที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ ( $Y = 0$ )

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	-1.341	0.978	0.262	0.171	0.207
เพศ					
ชาย	1.256***	0.338	3.513	0.000	0.778
ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก	2.385***	0.409	10.858	0.000	0.916
ทัศนคติต่อความปลอดภัย	-0.951***	0.271	0.386	0.000	0.279
ทัศนคติต่อการบริการ	-0.842**	0.317	0.431	0.008	0.301

จากตาราง 4.79 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทของกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

เพศชายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยเพศชายมีโอกาสจะเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ ร้อยละ 77.8

ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากมีโอกาสจะเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติร้อยละ 91.6

ทัศนคติต่อความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อความปลอดภัยมากมีโอกาสจะเลือกกิจกรรมการศึกษารวมชาติร้อยละ 27.9

ทัศนคติต่อการบริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการมากมีโอกาสจะเลือกกิจกรรมการศึกษารวมชาติร้อยละ 30.1

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวได้ 28.4% ( $R^2 = .284$ ) และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรในพื้นที่จะเลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติ จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_i = -1.341 + 1.256(\text{เพศชาย}) + 2.385(\text{ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก}) - 0.951(\text{ทัศนคติต่อความปลอดภัย}) - 0.842(\text{ทัศนคติต่อการบริการ})$$

ตาราง 4.80 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายกิจกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	กิจกรรมทางน้ำ	ศึกษารวมชาติ	%ความถูกต้อง
กิจกรรมทางน้ำ	99	1,215	92.5
ศึกษารวมชาติ	322	364	47.0
<b>รวม</b>			<b>76.9</b>

จากตาราง 4.80 พบว่า สมการดังกล่าวสามารถทำนายประชากรที่เลือกกิจกรรมทางน้ำ ได้ถูกต้อง 92.5% และทำนายประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษารวมชาติได้ถูกต้อง 47.0% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 76.9%

### 6) ปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.81 – 4.82

**ตาราง 4.81** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกสำหรับปัจจัยเสี่ยงของประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม (Y = 1) เมื่อเปรียบเทียบกับที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Y = 0)

ตัวแปร	$\beta$	S.E	Exp( $\beta$ )	Sig.	Prob.
ค่าคงที่	-2.837	0.583	0.059	0.000	0.000
อายุ					
อายุน้อยกว่า 26 ปี	-0.947***	0.244	0.388	0.000	0.279
อายุ 26 – 35 ปี	0.095	0.230	1.100	0.679	0.524
การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล	0.628***	0.118	1.874	0.000	0.652
ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว	-0.943***	0.149	0.389	0.000	0.280
ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก	0.292*	0.134	1.339	0.029	0.572
ทัศนคติต่อความปลอดภัย	0.441**	0.160	1.554	0.006	0.609

จากตาราง 4.81 แสดงผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Logit Model แล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

อายุน้อยกว่า 25 ปี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรอายุน้อยกว่า 25 ปี มีโอกาสจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมเพียงร้อยละ 27.9

การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีการรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากมีโอกาสจะเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมร้อยละ 65.2

ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับโอกาสในการเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวมากมีโอกาสจะเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเพียงร้อยละ 28.0

ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมากมีโอกาสจะเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมร้อยละ 57.2



ทัศนคติต่อความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับโอกาสในการเลือกประเภทแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยประชากรที่มีทัศนคติต่อความปลอดภัยมากมีโอกาสจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมร้อยละ 60.9

โดยตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความผันแปรของการเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมได้ 13.1% ( $R^2 = 1.31$ ) และสามารถสร้างสมการเพื่อหาโอกาสที่ประชากรจะเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมได้จากค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) ได้ดังนี้

$$Z_1 = -2.837 - 0.947(\text{อายุน้อยกว่า 26 ปี}) + 0.095(\text{อายุ 26 - 35 ปี}) + 0.628(\text{การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล}) - 0.943(\text{ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว}) + 0.292(\text{ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก}) + 0.441(\text{ทัศนคติต่อความปลอดภัย})$$

ตาราง 4.82 แสดงความถูกต้องของสมการทำนายประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	ประเภทวัฒนธรรม	ประเภทธรรมชาติ	%ความถูกต้อง
ประเภทวัฒนธรรม	338	194	63.6
ประเภทธรรมชาติ	559	879	61.1
รวม			62.4

จากตาราง 4.82 พบว่า สมการดังกล่าวสามารถทำนายประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้ถูกต้อง 63.6% และทำนายประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมได้ถูกต้อง 61.1% โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายได้ถูกต้อง 62.4%

### สรุป ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่า

นักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะนักวิชาการส่วนใหญ่มีความใฝ่รู้ และชอบแสวงหาความรู้อยู่เสมอ จึงทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่วนนักเรียน/ศึกษานั้นส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรม

เกี่ยวกับการเรียนรู้ต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การอบรม การสัมมนา การทัศนศึกษา และการเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้/ทัศนศึกษามากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น จึงควรส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ดังนั้นแนวทางหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ประชากรท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้นคือสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรในพื้นที่ให้มากขึ้น

**2. บุคคลที่เดินทางมาด้วย** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน เพราะกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมชอบเที่ยวและสังสรรค์กับเพื่อนอยู่เสมอ ประกอบกับทางสถานศึกษามักจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น อบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา อยู่เสมอ ดังนั้นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่จึงมีการเดินทางกับเพื่อนมากกว่าบุคคลอื่น

**3. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะทางกายภาพและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงมีความอ่อนแอและมีความหวาดกลัวต่อภัยอันตรายต่างๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงชอบที่จะเดินทางกับคนจำนวนมาก เพราะมีความรู้สึกที่ปลอดภัยกว่า ในขณะที่เพศชายชอบเดินทางคนเดียว หรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนมาก ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติ

และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางน้อย ทั้งนี้เพราะเมื่อมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่พัก สถานที่จอดรถ และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีจำนวนไม่เพียงพอหรือไม่สะดวก จึงทำให้กลุ่มดังกล่าวมีทัศนคติที่ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่า ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และสามารถรองรับประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

**4. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะการศึกษเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากคนที่การศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป)

ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะรายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นั่นคือยิ่งมีรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นไปด้วย (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.) ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่ไม่มีรายได้ หรือมีรายได้ต่ำท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น ควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายให้แก่ประชากรในพื้นที่ เช่น การลดราคา การชิงโชค และการสะสมแต้ม เป็นต้น

ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ดังที่แนนซี ซวาทซ์ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัว โดยที่ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม (สุรีย์ จันทโรมณี, 2526 : 37 - 47) ฉะนั้นเมื่อประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นเพื่อให้ประชากรมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น จึงควรสร้าง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การอบรม หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ

ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ฉะนั้นประชากรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มาก ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นควรเพิ่มประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชากรได้ทุกกลุ่ม

ประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ซึ่งการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง ดังนั้นทางภาคีที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ประชากรที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ดังที่กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การคมนาคมที่มีความสะดวก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ มีร้านอาหารที่มีความหลากหลาย มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ที่พักที่มีหลายระดับ มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด รวมไปถึงห้องน้ำที่มีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ ดังนั้น ภาคีที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และร้านอาหาร เป็นต้น ควรปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวก เพิ่มจำนวนรถโดยสารทั้งภายในและภายนอกสถานที่ท่องเที่ยว

ประชากรที่มีทัศนคติต่อความปลอดภัยมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ดังที่กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ ความปลอดภัย ซึ่งในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ ดังนั้นภาคีที่เกี่ยวข้อง ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างกฎ

ระเบียบ และมีหน่วยงานเพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด การมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และการสร้างเส้นทางหลบภัย เป็นต้น

**5. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทักษะติดต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทักษะติดต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อกระตุ้นให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีการท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรมมากขึ้น ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงได้มากที่สุด รวมถึงสถานศึกษาต่างๆ ควรให้ความรู้หรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความหวงแหนในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แสดงว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรมีการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมให้มากขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมหลายๆ แห่งมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะซ่อมแซม ขาดเรื่องราวและหลักฐานที่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้ประชากรมีการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น ทางหน่วยงานภาครัฐควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลายและไม่น่าสนใจ และสินค้าที่ระลึกยังไม่หลากหลาย ยังไม่ค่อยมีความสวยงาม และไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้นเพื่อให้ประชากรท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมมากขึ้น ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความปลอดภัยกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่างๆ โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัย เช่น สัญญาณเตือนภัย และเส้นทางหลีกเลี่ยง เป็นต้น

**6. กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะเพศชายชอบการผจญภัยหรือความผาดโผน และเพศชายมีร่างกายที่แข็งแรงและมีความอดทนมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้ผู้ชายส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น เดินป่า ขี่จักรยาน ซึ่งมีความลำบากมากกว่า ดังนั้นเพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น

ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างต่ำ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

ประชากรเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ ดังนั้นควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมทั้งการปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อันตรายเกินไป โดยมีแนวทางการเดินทางที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การกางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสถานที่เพียงพอ

#### 4.1.5 แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่

**คำถามการวิจัยข้อที่ 5 มีแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างไร**

ผลการศึกษาสำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 5 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้การสอบถามจากประชากรในพื้นที่ จังหวัดละ 400 คน การสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชากรในพื้นที่ จังหวัดละ 30 คน และจากการจัดทำสนทนากลุ่มหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับ

การท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ จังหวัดละ 30 คน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 โดยได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้

### 1. แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถสรุปแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากร ได้ดังนี้

1) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

2) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ โดยทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น

3) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และร้านอาหาร เป็นต้น ควรปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวก เพิ่มจำนวนรถโดยสารทั้งภายในและภายนอกสถานที่ท่องเที่ยว

4) กระตุ้นให้ประชากรที่ไม่มีรายได้ หรือมีรายได้ต่ำมีการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยมีการจัดรายการส่งเสริมการขายให้แก่ประชากรในพื้นที่ เช่น การลดราคา การชิงโชค และการสะสมแต้ม เป็นต้น

5) ควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การอบรม หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

6) ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชากรได้ทุกกลุ่ม

7) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักรู้ต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

8) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ และมีหน่วยงานเพื่อควบคุม

ความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด การมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และการสร้างเส้นทางหลบภัย เป็นต้น

9) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

10) กระตุ้นให้เยาวชนมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น โดยสถานศึกษาต่างๆ ควรให้ความรู้หรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความห่วงใยในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และภาคีที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงได้มากที่สุด

11) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

12) เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น

13) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น และควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมทั้งการปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อันตรายเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสว่างที่เพียงพอ



## 2. แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ และประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล เกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถสรุปได้ดังนี้

### จังหวัดสงขลา

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ และประชากรจังหวัดสงขลา เกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรม/โปรแกรมการท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการขายผลการวิเคราะห์ดังนี้

#### 1. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรลดความจำเจของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม และมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

#### 2. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ให้แก่ประชากรผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เป็นต้น

#### 3. ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว/สินค้าที่ระลึก

1) จัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามประเพณีและวัฒนธรรมของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ

2) ควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกิต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น คลองแห ระโนด หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล

4) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละวัย เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางเที่ยวได้บุญ (ไหว้พระ 9 วัด) เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) ทางสถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมคำแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคะแนนไปแลกที่พัก ทานบุฟเฟต์ หรือ บริการสปาฟรี เป็นต้น

2) มีส่วนลดค่าเช่าใช้บริการหรือให้เช่าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

#### จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ และประชากรในจังหวัด นครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านการรับรู้ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการส่งเสริมการขาย ผลการวิเคราะห์ดังนี้

##### 1. ด้านการรับรู้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจและจิตสำนึกให้แก่เยาวชนในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เช่น การเข้าค่าย หรือการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

3) จัดทำหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น และมีการทัศนศึกษาที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเมือง พิพิธภัณฑสถานวัดพระมหาธาตุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้น

##### 2. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรลดความจำเจของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและควรสร้างความเป็นเอกลักษณ์ หรือสิ่งก่อสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว

##### 3. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) จัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และข้อมูลด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ของจังหวัด เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ

2) ประชาสัมพันธ์ให้ประชากรมีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผ่านสื่อต่างๆ และให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็น presenter เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

3) ควรมีปฏิทินการท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ให้เห็นการเคลื่อนไหวของกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ

#### 4. ด้านโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยว

- 1) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น ย้อนรอยกินรี และ จัดทัวร์ 9 วัด เป็นต้น
- 2) สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายเหมาะกับคนทุกวัย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวกันแบบครอบครัว
- 3) จัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามประเพณีวัฒนธรรมของประชากรในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ
- 4) การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น
- 5) การท่องเที่ยวแบบแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เช่น การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง

#### 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- 1) ควรเพิ่มจำนวนรถประจำทางเพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ให้มากขึ้น เพื่อรองรับคนที่มีรายได้น้อย และไม่มีรถยนต์ส่วนตัว

#### 6. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) สถานประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายร่วมกัน เช่น การสะสมแต้มจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมื่อสะสมครบแล้ว สามารถเข้าพักโรงแรมได้ฟรี 1 คืน หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ฟรี 1 ครั้ง
- 2) คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ 5 อันดับแรก และให้เกียรติบัตรแก่ประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทั้ง 5 แห่ง

#### จังหวัดพัทลุง

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และภาคเอกชน และประชากรในจังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านการรับรู้ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสินค้าที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ดังนี้

## 1. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรหาจุดเด่นของแต่ละพื้นที่และสร้างเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว โดยอิงประวัติศาสตร์ และควรมีหลักฐานประกอบเรื่องราวดังกล่าว เช่น ที่ชัยบุรียังคงมีแต่เรื่องราวแต่ยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน

2) ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและมีสิ่งที่เป็นแรงจูงใจให้แก่ประชากรในพื้นที่ เช่น ทะเลน้อย บ่อน้ำร้อนที่เขาชัยสน เป็นต้น

## 2. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) ควรจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวประจำปี และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวตามช่วงเวลาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น การดูนกของทะเลน้อยในตอนเย็น

2) ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความน่าสนใจและทั่วถึง เช่น เอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ website ที่ข้อมูลมีความถูกต้องและมีการ update ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

3) ควรมีสุนัขข้อมูลการท่องเที่ยวในแต่ละตำบลและเทศบาล

## 3. ด้านโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยว

1) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น ที่ลำปำ ควรมี ตลาดน้ำ แข่งเรือ และการพายเรือ หรือที่เขาปู่เขาย่า ควรจัดกิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น การตีโพน 9 ลูก และการอนุรักษ์รถสามล้อโบราณ

3) สร้างค่านิยมให้ประชากรในพื้นที่เห็นความสำคัญกับการจัดงานประจำปี ต่างๆ เช่น งานกีฬา และประเพณีทำบุญต่างๆ

## 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ค่อนข้างยากและระยะทางไกล จึงควรปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้ความสะดวกในการเดินทาง

## 5. ด้านความปลอดภัย

1) ควรมีจุดบริการร่วม เช่น ข้อมูลสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาล เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

## 6. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

## จังหวัดตรัง

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ และประชากรในจังหวัดตรังเกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านการรับรู้ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์ดังนี้

### 1. ด้านการรับรู้

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เพื่อให้ประชากรในพื้นที่ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น เช่น โครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง

2) สร้างความรู้ความเข้าใจ และจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้แก่เยาวชน เช่น กิจกรรมนักสืบชายหาด และ นักสืบสายน้ำ เป็นต้น

### 2. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว ให้มีความสวยงามมากขึ้น

### 3. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่หลากหลายและกระจายให้ทั่วทุกพื้นที่ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุชุมชน สื่อทีวีท้องถิ่น และสื่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

### 3. ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว/สินค้าที่ระลึก

1) ควรเพิ่มระยะเวลาในการจัดงานประจำปีต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชากรในพื้นที่มีการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น งานหมุย่างเมืองตรัง ควรใช้เวลาประมาณ 1 – 2 วัน

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น การทำบุญภายในจังหวัด การทำบุญ 9 วัด หรือการชมวิถีชีวิตของคน เป็นต้น

### 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้เพียงพอ โดยเฉพาะรถบัส การเข้าจอดและออกก่อนข้างลำบาก

2) ปรับปรุงเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากขึ้น

### 6. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) ควรลดราคาค่าเข้าใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับประชากรในพื้นที่

2) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่

## จังหวัดสตูล

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และประชากรในพื้นที่จังหวัดสตูลเกี่ยวกับแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านการรับรู้ ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการส่งเสริมการขาย ผลการวิเคราะห์ดังนี้

### 1. ด้านการรับรู้

1) ควรสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนมีความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยว โดยการจัดโครงการโรงเรียนในแหล่งท่องเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ตัวน้อย โดยจัดเป็นโครงการต้นแบบที่เกาะอาดัง เนื่องจากมีความพร้อมในระดับหนึ่ง

2) สถาบันศึกษา ควรจัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น และ ควรเพิ่มเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และ เชิงโบราณคดี เช่น ประวัติศาสตร์มนุษย์ยุคดึกดำบรรพ์ ที่เขาโต๊ะงาญาวัง หรือเหมืองแร่ดีบุกที่ชายแดนมาเลย์ เป็นต้น

3) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

4) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

### 2. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางบก

### 3. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เน้นประชาสัมพันธ์ให้กับประชากรในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยภาคีที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันดำเนินการ โดยแต่ละพื้นที่ควรนำจุดเด่นที่มีอยู่ในพื้นที่มานำเสนอ เช่น บ้านหัวทาง จากปากอ่าว นั่งเรือประมาณ 30 นาที สามารถดูปลาโลมาได้

2) คัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและทำการประชาสัมพันธ์พื้นที่ดังกล่าว

### 4. ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การค้นหา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม”

2) จัดกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า เช่น ตลาดกึ่งโค้ง

3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง (ภายในจังหวัด)

4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด 1 วัน

#### 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่นับถือศาสนาอิสลาม จึงควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

#### 6. ด้านความปลอดภัย

1) สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว เช่น โครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ

2) ควรมีหน่วยงานที่ดูแลความปลอดภัยที่มึนเหล่าและเสพยาติติของกุ่ม่วัยรุ่น เช่น ที่น้ำตกปายหนัน และน้ำตกยาโรย เป็นต้น

#### 7. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) การกำหนดส่วนลดพิเศษของประชากรในพื้นที่ ในการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) ระบุแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 – 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแหล่ง เป็นต้น

3) การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

### สรุปแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

จากการศึกษาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล สามารถสรุปเป็นภาพรวมในด้านการรับรู้ สภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ดังนี้

#### 1. ด้านการรับรู้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่าย และการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนัก

และจิตสำนึกทำให้เยาวชนมีความห่วงใยในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

5) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

## 2. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควบคุมความจำเพาะของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม และมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หากจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2) มีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

## 3. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคลเช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

2) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ให้แก่เยาวชน โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมตามประเพณี และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ และประเพณีชักพระ เป็นต้น

3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

4) ควรมีศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ



#### 4. ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว

1) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล

2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ใหว่พระ 9 วัด การตีโพน 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ

3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

#### 5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

3) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

4) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ โดยทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น

5) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจ และแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ และประเพณีทำบุญเดือนสิบ

6) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ตลาดไก่งวง ตลาดน้ำ หรือกิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และพายเรือ หรือกิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกกีต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

## 6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น ที่พัก สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น

2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาระดับมัธยมศึกษา เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

## 7. ด้านการบริการ

1) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

## 8. ด้านความปลอดภัย

1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด หรือจัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ หรือมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ เส้นทางหลีกเลี่ยง เป็นต้น

3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้รกรุงรังเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การกางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีแสงสว่างที่เพียงพอ

## 9. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมแนะนำการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคะแนนไปแลกการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พัก สปา ทานบุฟเฟต์ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 – 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแห่ง เป็นต้น

4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่

5) การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

## 4.2 สรุปภาพรวม

### 4.2.1 ทิศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากการศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล สามารถสรุปได้ดังนี้

**ประชากรจังหวัดสงขลา**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา มีความเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ขาดเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและร่องรอยทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะอาด นอกจากนี้ประชากรยังมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสินค้าที่ระลึกยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีสภาพที่สวยงาม สร้างจุดเด่น มีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งหลักฐาน และควรมีการพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และควรมีเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว แต่ประชากรจังหวัดสงขลา มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะอาดของร้านอาหาร และความเหมาะสมของราคาอาหารและที่พัก ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมความสะอาดและราคาอาหารและที่พักให้มี

ความเหมาะสม ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับเฉยๆ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

**ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความน่าสนใจของเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวและมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าที่มีความโดดเด่นในเรื่องของศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต มีสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจนอกจากนี้ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมากที่สุด เพราะสินค้าที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีหลากหลายประเภท เช่น ประเภทอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมบุญเดือนสิบ และประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นค่อนข้างสูง เช่น เครื่องถม ซึ่งเป็นหัตถกรรมสำคัญของนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยุ้จักแพร่หลายมาแต่อดีต สร้อยเงิน สร้อยเงิน และสร้อยสามกษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่ตกทอดกันมาช้านาน ด้านฝีมือช่างเงินของชาวนครศรีธรรมราชที่ประดิษฐ์ถักสร้อยสร้อยนานาชนิด แต่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทัศนคติต่อการบริการน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยการพูดที่ห้าวและห้วน เป็นเหตุให้การพูดจาสนทนาของประชากรในพื้นที่ขาดหางเสียงที่เสริมแต่งเพื่อให้ฟังไพเราะอ่อนโยนฟังระรื่นหู รวมถึงการแสดงออกต่างๆ ที่ดูแข็งกระด้าง ทำให้คนที่ได้ฟังเกิดความรู้สึก ไม่พอใจ ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมเพื่อให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการให้บริการที่ดีแก่ผู้ให้บริการ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย ทำให้ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับมาก และประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุด

**ประชากรจังหวัดพัทลุง**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี แต่ประเด็นความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างลำบากและมีระยะทางไกล จึงควรปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวกมากขึ้น และประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่ามีความเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดพัทลุงขาดการประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง และไม่มีมีการประชาสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยมีความน่าสนใจ ดังนั้นทางจังหวัดพัทลุงควรมีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดทั้งปี และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงมุมมองที่

ติดป้าย สีของตัวอักษร เน้นรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ และข้อความแบบพาดหัวข่าว สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น จึงทำให้ประชากรจังหวัดพัทลุงมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด และประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

**ประชากรจังหวัดตรัง**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าบกและชายเลน และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษน่าสนใจ เช่น ถ้ำเลเขากอบซึ่งเป็นถ้ำเดียวที่มีหาดทรายในถ้ำ และมีธารน้ำไหลผ่านและล้อมรอบ หรือ ภูเขาเมฆซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นเหมือนเมืองเหนือและสามารถเห็นทะเลหมอกได้ แต่ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อความปลอดภัยที่น้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดตรังหลายแห่ง โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด และน้ำตก มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติค่อนข้างสูง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัย เช่น ควรกำหนดแผนพัฒนาท่าเทียบเรือ ระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และมีการซ้อมแผนหลบภัยในกรณีที่เกิดภัยพิบัติต่างๆ ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดทั้งนี้เนื่องจากทางหน่วยงานราชการต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสำหรับประชากรในพื้นที่ในราคาถูก และเทศบาลนครตรังจัดโครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น แต่ประชากรจังหวัดตรังยังมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

**ประชากรจังหวัดสตูล**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจและการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสตูลยังไม่มี การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล ดังนั้นทางจังหวัดสตูลควรมีการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล และควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางบกให้มีความสวยงามและมีจุดเด่นที่น่าสนใจ ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกและการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ ให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่อาจจะเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงการดูแลรักษาให้มีความสะอาดอยู่เสมอ ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์อยู่

ในระดับเฉยๆ จึงทำให้ประชากรมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด และประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

#### 4.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) **วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่า

นักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะนักวิชาการส่วนใหญ่มีความใฝ่รู้ และชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ จึงทำให้มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่วนนักเรียน/ศึกษานั้นส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การอบรม การสัมมนา การทัศนศึกษา และการเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้/ทัศนศึกษา ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น จึงควรส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ดังนั้นแนวทางหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ประชากรท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้นคือสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่ประชากรในพื้นที่ให้มากขึ้น

2) **บุคคลที่เดินทางมาด้วย** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม่าย/หย่าร้างชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน เพราะกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมชอบเที่ยวและสังสรรค์กับเพื่อนอยู่เสมอ ประกอบกับสถานศึกษามักจัดกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การอบรม สัมมนา หรือทัศนศึกษาสถานที่ต่างๆ อยู่เสมอ จึงทำให้นักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อนมากกว่าเดินทางกับบุคคลอื่น

3) **จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะทางกายภาพและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงมีความอ่อนแอและมีความหวาดกลัวต่อภัยอันตรายต่างๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงชอบที่จะเดินทางกับคนจำนวนมาก เพราะมีความรู้สึกที่ปลอดภัยกว่า ในขณะที่เพศชายชอบเดินทางคนเดียว หรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อยมาก ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทางหน่วยงานต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา หรือ การศึกษาดูงานตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำกว่ากลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางน้อย ทั้งนี้เพราะเมื่อมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีจำนวนไม่เพียงพอหรือไม่สะอาด จึงทำให้กลุ่มดังกล่าวมีทัศนคติที่ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่า ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

**4) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลทัศนคติต่อการบริการ ทักษะคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะการศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่

การศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากคนที่การศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้ยากไปดูหรือยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.)

ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะรายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นั่นคือยังมีรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นไปด้วย (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.) ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรที่ไม่มีรายได้ หรือมีรายได้ต่ำมีการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น ควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายให้แก่ประชากรในพื้นที่ เช่น การลดราคา การชิงโชค และการสะสมแต้ม เป็นต้น

ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ดังที่แนนซี ซวาทซ์ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัว โดยที่ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม (สุรีย์ จันทโรมณี, 2526 : 37 - 47) ฉะนั้นเมื่อประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นเพื่อให้ประชากรมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น จึงควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การอบรม หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ

ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ฉะนั้นประชากรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มาก ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นควรเพิ่มประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชากรได้ทุกกลุ่ม

ประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ซึ่งการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง ดังนั้นทางภาคีที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ประชากรที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ดังที่กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การคมนาคมที่มีความสะดวก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ มีร้านอาหารที่มีความหลากหลาย มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ที่พักที่มีหลาย



ระดับ มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด รวมไปถึงห้องน้ำที่มีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ ดังนั้น ภาคีที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และร้านอาหาร เป็นต้น ควรปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวก เพิ่มจำนวนรถโดยสารทั้งภายในและภายนอกสถานที่ท่องเที่ยว

ประชากรที่มีทัศนคติต่อความปลอดภัยมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ดังที่กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ ความปลอดภัย ซึ่งในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ ดังนั้นภาคีที่เกี่ยวข้อง ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างกฎระเบียบ และมีหน่วยงานเพื่อควบคุมความปลอดภัยที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด การมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ การสร้างเส้นทางหลบภัย เป็นต้น

**5) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมให้มากขึ้น ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ประชากรกลุ่มดังกล่าวเข้าถึงได้มากที่สุด รวมถึงสถานศึกษาต่างๆ ควรให้ความรู้หรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความห่วงใยในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แสดงว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้ประชากรมีการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมให้มากขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมหลาย ๆ แห่งมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะซ่อมแซม ขาดเรื่องราวและหลักฐานที่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้ประชากรมีความสนใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น ทางหน่วยงานภาครัฐควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ เพราะแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลายและไม่น่าสนใจ และสินค้าที่ระลึกยังไม่หลากหลาย ยังไม่ค่อยมีความสวยงาม และไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้นเพื่อให้ประชากรท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมมากขึ้น ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรม ต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก ทั้งนี้ เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความปลอดภัยกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่างๆ โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัย เช่น สัญญาณเตือนภัย และเส้นทางหลีกเลี่ยง เป็นต้น

**6) กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้ เพราะเพศชายชอบการผจญภัยหรือความผาดโผน และเพศชายมีร่างกายที่แข็งแรงและมีความอดทนมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้ผู้ชายส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น เดินป่า ขี่จักรยาน ซึ่งมีความลำบากมากกว่า ดังนั้นเพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น

ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างต่ำ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับ

ทางเดินเท้า ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

ประชากรเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ ดังนั้นควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมทั้งการปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้เกิดอันตรายเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสถูบแสงสว่างที่เพียงพอ

#### 4.2.3 แนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ ของประชากรจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล สามารถสรุปเป็นภาพรวมในด้านการรับรู้ สภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโปรแกรม/กิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ดังนี้

##### 1. ด้านการรับรู้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่าย และการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความห่วงใยในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

5) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

## 2. ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรลดความจำเจของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม และมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หากจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2) ควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

## 3. ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคลเช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

2) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ให้แก่เยาวชน โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมตามประเพณี และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ และประเพณีชักพระ เป็นต้น

3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

4) ควรมีสุนัขข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ

## 4. ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว

1) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล

2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ไหว้พระ 9 วัด การตีโพน 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ

3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

## 5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

3) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

4) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ โดยทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น

5) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ และประเพณีทำบุญเดือนสิบ

6) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ตลาดแก๊งค์ ตลาดน้ำ หรือกิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และพายเรือ หรือกิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกิต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

## 6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น ที่พัก สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น

2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ห้องละหมาด และที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่

สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

## 7. ด้านการบริการ

1) ภาคที่เกี่ยวของควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็น เจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

## 8. ด้านความปลอดภัย

1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความปลอดภัยที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด หรือจัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ หรือมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ เส้นทางหลัก ภัย เป็นต้น

3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อร่าจางเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสว่างที่เพียงพอ

## 9. ด้านการส่งเสริมการตลาด

1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือสะสมคะแนนการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคะแนนไปแลกการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พัก สปา ทานบุฟเฟต์ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 – 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแหล่ง เป็นต้น

4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่

5) การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

## บทที่ 5 บทสรุป

การนำเสนอบทสรุปของการศึกษาวิจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง และข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

### 5.1 บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาว่าประชากรในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างไร มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพียงใด มีปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และศึกษาว่ามีแนวทางใดบ้างในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ประชากรในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล มีการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น โดยมีรายละเอียดของการวิจัย ดังนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
2. ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่
3. ศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชากรในพื้นที่
4. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ศึกษาหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่

### คำถามการวิจัย

1. ระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
3. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชากรในพื้นที่เป็นอย่างไร
4. ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
5. มีแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างไร

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้ คือ สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้ คือ สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือทำการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ตามภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ นักวิชาการ นักเรียน/นักศึกษา และประชาชนทั่วไป และทำการสุ่มแบบบังเอิญพบ (Accidental Sampling) สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล และกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane.1973. อ้างอิงจาก พิเชิต ฤทธิ์จรูญ. 2544 : 138) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดตัวอย่างแต่ละจังหวัดเท่ากับ 400

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ สาเหตุที่ประชากรในพื้นที่ไม่นิยมท่องเที่ยวในพื้นที่ แนวทางการแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนให้คนหันมาท่องเที่ยวในพื้นที่ รูปแบบหรือกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับประชากรในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และเอกชน ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด

**ตอนที่ 2** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด

**ตอนที่ 3** เป็นการสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยแบ่งสื่อออกเป็น 2 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบที่มีมาตราการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 6 ระดับ คือ ไม่ได้รับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด กำหนดคะแนนเป็น 0, 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามลำดับ

**ตอนที่ 4** เป็นแบบวัดเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบที่มีมาตราการวัด



แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert มี 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด กำหนดคะแนนเป็น 1 , 2 , 3, 4 และ 5 ตามลำดับ

**ตอนที่ 5** แบบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ มีคำตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Question) คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยมีข้อคำถามที่ตอบว่าใช่จำนวน 11 ข้อ และข้อคำถามที่ตอบว่าไม่ใช่ จำนวน 9 ข้อ รวมทั้งสิ้นมีข้อคำถามจำนวน 20

### การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่เคยท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ครั้ง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 96 – 97) สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่ามีค่าเท่ากับ .96 และ .93 ตามลำดับ ส่วนแบบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำการหาค่าความยากง่าย โดยใช้สูตรของ Brennan พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.7

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งตามประเภทของเครื่องมือวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 การสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 400 คน

3.3.2 การสัมภาษณ์ (Depth Interview) โดยการนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 30 คน

3.3.3 จัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชน ธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version 11 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้น ดังนี้
  - 1) บัณฑิตส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
  - 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
  - 3)ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
  - 4) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logitic regression Analysis)

## ผลการวิจัย

### 1. บัณฑิตส่วนบุคคล

ประชากรที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ยกเว้นประชากรจังหวัดสตูลที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ประชากรส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี ยกเว้นประชากรจังหวัดสงขลาที่ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี ประชากรส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า และมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท

### 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน ทั้งนี้เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมเมืองที่มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ซึ่งได้สร้างความกดดัน และความเครียดให้แก่ประชาชนทั่วไป ทำให้มีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ประชากรส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน ยกเว้นประชากรจังหวัดตรังและพัทลุงที่ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ และมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน ทั้งนี้เพราะประชากรคำนึงถึงความปลอดภัย จึงต้องการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 1-2 ครั้ง/เดือน ซึ่งมีจำนวนไม่บ่อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชากรในพื้นที่มีความเคยชินและเบื่อ

หน่วยกับสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ประชากรส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ เนื่องจากกิจกรรมทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะประชากรที่เดินทางมากับครอบครัวจะเลือกกิจกรรมทางน้ำมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่กิจกรรมศึกษาธรรมชาติเหมาะสำหรับคนที่มีชอบความโลดโผนและการผจญภัย โดยเฉพาะเพศชาย และประชากรส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะประชากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ชื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภท

### 3. ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยว

**ประชากรจังหวัดสงขลา**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา มีความเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ขาดเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและร่องรอยทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะอาด นอกจากนี้ประชากรยังมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสินค้าที่ระลึกยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แต่ประชากรจังหวัดสงขลา มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะอาดของร้านอาหาร และความเหมาะสมของราคาอาหารและที่พัก ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับเฉยๆ

**ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความน่าสนใจของเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวและมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าที่มีความโดดเด่นในเรื่องของศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต มีสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ นอกจากนี้ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมากที่สุด เพราะสินค้าที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีหลากหลายประเภท เช่น ประเภทอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมบุญเดือนสิบ และประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ค่อนข้างสูง เช่น เครื่องถม ซึ่งเป็นหัตถกรรมสำคัญของนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักแพร่หลายมาแต่อดีต สร้อยนระโม สร้อยเงิน และสร้อยสามกษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่ตกทอดกันมาช้านาน ด้านฝีมือช่างเงินของชาวนครศรีธรรมราชที่ประดิษฐ์ถักสร้อยสร้อยนานาชนิด แต่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทัศนคติต่อการบริการน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยการพูดที่ห้าวและห้วน เป็นเหตุให้การพูดจาสนทนาของประชากรในพื้นที่ขาดหางเสียงที่เสริมแต่งเพื่อให้ฟังไพเราะอ่อนโยนฟังรื่นหู รวมถึงการแสดงออกต่างๆ ที่ดูแข็งกระด้าง ทำให้คนที่ได้ฟังเกิดความรู้สึก ไม่พอใจ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย

**ประชากรจังหวัดพัทลุง**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี แต่ประเด็นความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างลำบากและมีระยะทางไกล และประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่า มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดพัทลุงขาดการประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง และไม่มี การประชาสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยมีความน่าสนใจ

**ประชากรจังหวัดตรัง**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าบก และชายเลน และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษน่าสนใจ เช่น ถ้ำเลเขากอบซึ่งเป็นถ้ำเดียวที่มีหาดทรายในถ้ำ และมีธารน้ำไหลผ่านและล้อมรอบ หรือ ภูเขาเมฆซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นเหมือนเมืองเหนือและสามารถเห็นทะเลหมอกได้ แต่ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อความปลอดภัยน้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดตรังหลายแห่ง โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด และน้ำตก มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติค่อนข้างสูง ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากทางหน่วยงานราชการต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสำหรับประชากรในพื้นที่ ในราคาถูก และเทศบาลนครตรังจัดโครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

**ประชากรจังหวัดสตูล**มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจและการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสตูลยังไม่มี การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรจังหวัดสตูลมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ และประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ

**ภาพรวมทั้ง 5 จังหวัด** พบว่าประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับดี โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือป้ายบอกทางมีความเพียงพอและชัดเจน

ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย และเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสินค้าที่ระลึกมีการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายที่ดี ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ ยกเว้นประเด็นผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดีที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือการให้บริการมีความรวดเร็ว ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นร้านอาหารมีความสะอาด ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ และ ราคาที่พักมีความเหมาะสมที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือสาธารณูปโภคมีความสะดวกสบาย และประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือ มาตรการรักษาความปลอดภัยครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือ มีความเสี่ยงน้อยต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยว

#### 4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้/ทัศนศึกษา การไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาต่อ การไปติดต่อธุรกิจ และการไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ แต่ยังมีค่าเฉลี่ยความเข้าใจผิดว่าการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ต่างพื้นที่นั้นถือเป็นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความเข้าใจผิดว่านักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางไปเยี่ยมชมเยือนจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน สำหรับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ถูกต้องเกือบทุกประเด็น มีเพียงประเด็นเดียวที่ประชากรส่วนใหญ่เข้าใจผิดคือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นพบว่า ประชากรมีความเข้าใจถูกต้องเพียงบางประเด็นคือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทำให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา ส่วนประเด็นที่ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจผิดคือ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านและการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการ

ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี

เมื่อพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่า ประชากรทุกจังหวัดส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดสตูลมีค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด

## 5. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลที่ประชากรได้รับในระดับมากคือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงาน ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ วิทยุ รองลงมาคือ โทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะสื่อทั้ง 2 ประเภท เป็นสื่อที่สามารถกระจายเข้าถึงคนหมู่มาก (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 134) ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่ประชากรมีการรับรู้น้อยที่สุดคือ พ็อคเก็ตบุ๊ก

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัดพบว่าประชากรเกือบทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนประชากรจังหวัดพัทลุงมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่ำสุด เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลและสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก และประชากรทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลนั้นพบว่า ประชากรทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานอยู่ในระดับมาก แต่ประชากรทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลนั้นพบว่า ประชากรเกือบทุกจังหวัดมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลอยู่ในระดับปานกลางทุกประเภท ยกเว้นประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และวิทยุ อยู่ในระดับมาก

## 6. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) **วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่านักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะนักวิชาการมีความใฝ่รู้ และชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ จึงทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่วนนักเรียน/นักศึกษานั้นส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เรื่องต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การทัศนศึกษา และการเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น และพบว่าประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา

2) **บุคคลที่เดินทางมาด้วย** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ม่าย/หย่าร้างชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน เพราะกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมชอบเที่ยวและสังสรรค์กับเพื่อนอยู่เสมอ ประกอบกับสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การอบรม/สัมมนา การทัศนศึกษา และการเข้าค่าย เป็นต้น ดังนั้นนักเรียน/นักศึกษาจึงเดินทางกับเพื่อนมากกว่าเดินทางกับบุคคลอื่น

3) **จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพบว่า ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะทางกายภาพและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงมีความอ่อนแอและมีความหวาดกลัวต่อภัยอันตรายต่างๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงชอบที่จะเดินทางกับคนจำนวนมาก เพราะมีความรู้สึกปลอดภัยกว่า ในขณะที่เพศชายชอบเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก สำหรับประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนข่างมาก ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก นอกจากนี้พบว่าประชากรที่เดินทางเป็นกลุ่มใหญ่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำ ทั้งนี้เพราะเมื่อมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่พัก สถานที่จอดรถ

รถ และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีจำนวนไม่เพียงพอหรือไม่สะอาด จึงทำให้กลุ่มดังกล่าวมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อย

**4) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้เพราะการศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากคนที่การศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป) ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะรายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นั่นคือยังมีรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นไปด้วย (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.) ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ดังที่ แนนซี ซวาทซ์ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัว โดยที่ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม (สุริย์ จันทร์โมลี, 2526 : 37 – 47) ฉะนั้นเมื่อประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ฉะนั้นประชากรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มาก ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย นอกจากนี้พบว่าประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยมาก จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลายๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึงการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

**5) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แสดงว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมหลายๆ แห่งมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการ



บุรณะซ่อมแซม ขาดเรื่องราวและหลักฐานที่น่าสนใจ ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลายและไม่น่าสนใจ และสินค้าที่ระลึกยังไม่หลากหลาย ยังไม่ค่อยมีความสวยงาม และไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความปลอดภัยกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่างๆ โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติ

**6) กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่าเพศชายชอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะเพศชายชอบการผจญภัยหรือความผาดโผน ร่างกายแข็งแรงและมีความอดทนมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้ผู้ชายส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ได้แก่ เดินป่า ขี่จักรยาน ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างต่ำ ประชากรเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### 1) ด้านการรับรู้

1.1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม และจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่าย และการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

1.2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความหวังเห็นในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

1.3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

1.4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

1.5) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

## 2) ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

2.1) ควบคุมความจำเป็นของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควบคุมเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2.2) ควบคุมการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

## 3) ด้านการประชาสัมพันธ์

3.1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคลเช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

3.2) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ให้แก่เยาวชน โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมตามประเพณี และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ และประเพณีชักพระ เป็นต้น

3.3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

3.4) ควบคุมศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ

## 4) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว

4.1) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล

4.2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ไหว้พระ 9 วัด การตีโพน 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิต

และวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญา ท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ

4.3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

### 5) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

5.1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น

5.2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

5.3) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

5.4) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น

5.5) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระที่นั่ง และประเพณีทำบุญเดือนสิบ

5.6) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น จัดกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ตลาดโก้งโค้ง ตลาดน้ำ กิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และการพายเรือ กิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกกีต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

## 6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

6.1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น

6.2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ห้องละหมาด ที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

6.3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษามหาชนชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

## 7) ด้านการบริการ

7.1) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็น เจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

## 8) ด้านความปลอดภัย

8.1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

8.2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด จัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ มีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และเส้นทางหลีกเลี่ยง เป็นต้น

8.3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อร่าจางเกินไป โดยมีแนวทางการเดินที่ชัดเจน เช่น การโรยกรวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสว่างที่เพียงพอ

## 9) ด้านการส่งเสริมการตลาด

9.1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมการเดินทาง

ในพื้นที่ และสามารถนำคะแนนไปแลกการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พักรีสอร์ท สปา ทานบุฟเฟต์ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

9.2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่

9.3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 – 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแหล่ง เป็นต้น

9.4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่

9.5) การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน

2) ควรศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านการจูงใจ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา .2549. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows.  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ.
- เกษรา เกิดมงคล .2546. บทบาทของทัศนคติในพฤติกรรมการท่องเที่ยว. ว.นิเทศศาสตร์ ปีที่ 20 ฉ.4  
(ตุลาคม – ธันวาคม 2546) หน้า 15- 32.
- เกิดศิริ เจริญพิศาล .2542. รายงานวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติตะรุเตา.  
ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หน้า 136.
- ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ .2545. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย .วิทยานิพนธ์ (นศ.ม. จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย).
- ฉลองศรี พิมพ์สัมพันธ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2535. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์  
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชลธิชา บุนนาค. เอกสารประกอบการสอนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ, 2545.
- นฤมล สมิตินันท์. 2527. การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. 2535. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
กรุงเทพฯ.สำนักพิมพ์ไอ เอส พรินติ้งเฮาส์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ, สวิง สุวรรณ. พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา.  
พิมพ์ครั้งที่ 2.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมทิกา วาทินวิเศษ. 2548. **แนวทางการจัดการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ.**วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน. มหาวิทยาลัยคริสเตียน.

วิโรจน์ สงวนวง .2544. **ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

วินิจ วีรยางกูร. 2532. **การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.**กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2544. **พฤติกรรมผู้บริโภค.**กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศิริชัย กาญจนवासี. 2550. **การวิเคราะห์พระระดับ.**คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาวศ์ จันทวานิช. 2540. **วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรรัตน์ เตชาทวีวรรณ.2545. **เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** ภาควิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อดิสร ฉายแสง. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.** ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาคผนวก (appendix)



**ภาคผนวก ก. บทความวิจัย**

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากรพื้นที่ 5 จังหวัด  
(สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล)

Tourism Behavior Factors of five Thailand's Southern Provinces's Residence  
(Songkhla Nakornsrihammarat Pattalung Trang and Satun)

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล

θειรัชชัย พันธุ์คง

Parichat Singsaktrakul

Theinchai Pankong

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Hatyai University

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 2,000 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยโลจิสติก ผลการวิจัย พบว่า ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่ประเด็นการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ และความน่าสนใจของเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ระลึก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความรวดเร็วของการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะดวกของร้านอาหาร ความสะดวกและเพียงพอของห้องน้ำ และ ความเหมาะสมของราคาที่พักที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น และประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ ระดับการศึกษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย ปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ คือ อายุ การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย

แนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สำคัญ คือ สร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่เยาวชน การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม มีจุดเด่น และมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ควรเน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน 1 อำเภอ หรือเที่ยวสบาย ๆ ในสองร้อยกิโล และส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง ควรจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง และควรจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อนำไปแจกใช้บริการต่างๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวฟรี 1 ครั้ง การมีส่วนลดหรือให้เข้าใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ในราคาพิเศษ การจัดรายการชิงโชค หรือการมอบใบประกาศนียบัตรสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ เป็นต้น

**คำหลัก :** พฤติกรรมการท่องเที่ยว ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

## ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the factors which influenced the local tourism behavior of the 5 Provinces, Songkhla, Nakornsrihammarat, Pattalung, Trang and Satun, residents, attitudes on tourist attractions, tourism knowledge and understanding, and the tourism information receiving. The samples were 400 people from each province, total 2,000 people. A set of questionnaires, a set of interview forms, and focus group method were used to collect the data which was then analyzed employing percentage, means, standard deviation, and logistic regression.

The findings were:

The sample group's attitude toward tourist attraction was at a good level especially the beauty of the place had the highest mean score, but the connection with other tourist attractions had the lowest mean score. Public relations was at a normal level especially the variety of advertising medias, and the interest of advertising documents had the lowest mean score. Tourism activity/souvenir was found at a

normal level especially the advertisement and souvenir sales promotion had the lowest mean score. Service was found at a normal level especially the quickness of the service was marked with the lowest score. The attitude toward facilities was found at a good level except for the cleanliness of restaurants and bathrooms, the sufficiency of public toilets, and the price of accommodations were found at normal levels. The sample group's attitude toward security was at a normal level especially for the risk of harm in traveling had the lowest mean score.

The majority of the sample group had moderate range of tourism knowledge and understanding; they understood almost every point of agrotourism and ecotourism, but hardly understood historical tourism concept.

Receiving of tourism information was found at a moderate level. Mostly the sample group received tourism information from personal media more than other medias especially receiving from family members, friends and colleagues was determined at a high level, and receiving from tourist agents and officers was at a moderate level.

Factors influenced the purpose of tourism were career, educational level and tourism knowledge and understanding. The results showed that factors which influenced choice of accompanied people were marital status and career. It was found that factors influenced the numbers of accompanied people were gender, marital status and attitudes toward facility. It was found that factors influenced the tourism frequency were educational level, income, tourism knowledge and understanding included information receiving from other channels, attitudes to service, facility and security. The factors influenced choice of tourist attractions were age, information receiving from other channels included attitudes toward tourist attraction condition, activity/souvenir and security. It was found that factors influenced selection of tourism activities were age, attitudes to facility and security.

Guidelines to impel the local tourism are; (1) give knowledge about local tourism to the youth, (2) improve physical environment; make it scenic and unique, create new things, collect the historical evidences and stories and connect them with other tourism attractions, (3) emphasize local tourism public relations via other medias not personal medias to local people, (4) promote one day one district tourism project or the 200 km. cool traveling project, (5) provide nearby places study trip for the government sectors, (6) create various additional activities, (7) make a risk analysis and assess tourist hosting capacity (8) thoroughly provide efficient preventive measures, and (9) set up sales promotions for local people such as issue incentive coupons to exchange with other tourism services one time for free, entrance discount, a free visit, or set a special price program, lucky draw, or give a certificate for completing the target amount.

**Keywords:** tourism behavior, attitudes on tourist attractions , knowledge and understanding , information receiving.

## คำนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล ที่พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศ และชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอื่นๆ มีอัตราการลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน แนวทางหนึ่งที่จะทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของทั้ง 5 จังหวัดดีขึ้น คือการส่งเสริมสนับสนุนให้ประชากรในพื้นที่หันมาท่องเที่ยวในพื้นที่กันมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันจะเห็นว่าส่วนใหญ่ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังนิยมท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งเหตุผลส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจาก มีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ในระดับน้อย มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ในระดับน้อย หรือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ พร้อมทั้งหาแนวทางให้ประชากรในพื้นที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

## เครื่องมือและวิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่ม โดยการนำแบบสอบถามไปสอบถามประชากรจังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง และสตูล จังหวัดละ 400 คน และทำการสัมภาษณ์ (Depth Interview) โดยการนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จังหวัดละ 30 คน ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และจัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชน ธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จังหวัดละ 30 คน เพื่อหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic regression Analysis)

## ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถตอบผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัยได้ดังนี้ ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา ตรังและพัทลุง มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แต่ประเด็นการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ และความน่าสนใจของเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ระลึก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความรวดเร็วของการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะดวกของร้านอาหาร ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และ ความเหมาะสมของราคาที่พักที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ

โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น และประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ ระดับการศึกษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย ปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ คือ อายุ การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย

## การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถสรุปและอภิปรายได้ดังนี้

### 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง และพัทลุง ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ทั้งนี้เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมเมือง ที่มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ซึ่งได้สร้างความกดดัน และความเคร่งเครียดให้แก่ประชาชนทั่วไป ทำให้มีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ (นฤมล สมิตินันท์, 2527) ประชากรส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับเพื่อน ยกเว้นประชากรจังหวัดตรังและพัทลุงส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และประชากรส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 – 6 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าคนไทยนิยมเดินทางไปกับเพื่อนฝูงหรือครอบครัว และจำนวนบุคคลที่เดินทางด้วยอยู่ที่ประมาณ 2 – 10 คน ทั้งนี้เพราะประชากรคำนึงถึงความปลอดภัย จึงต้องการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ประชากรส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 1-2 ครั้ง/เดือน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชากรในพื้นที่มีความเคยชินและเบือนหน้ากับสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับไม่ทราบข้อมูล

เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ประชากรส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมทางน้ำ เนื่องจากกิจกรรมทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะประชากรที่มีสถานภาพสมรส/ฝ่าย/หย่าร้างซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวจะเลือกกิจกรรมทางน้ำ ในขณะที่กิจกรรมศึกษาธรรมชาติเหมาะสำหรับคนที่มีชอบความโลดโผนและการผจญภัย โดยเฉพาะเพศชาย และประชากรส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะประชากรส่วนใหญ่มีการรับรู้สื่อของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม

## 2) ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยว

ประชากรจังหวัดสงขลามีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลามีความเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ขาดเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวและร่องรอยทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะอาด นอกจากนี้ประชากรยังมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะสินค้าที่ระลึกยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แต่ประชากรจังหวัดสงขลามีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะอาดของร้านอาหาร และความเหมาะสมของราคาอาหารและที่พัก ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับเฉยๆ

ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะประเด็นความน่าสนใจของเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวและมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าที่มีความโดดเด่นในเรื่องของศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต มีสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจนอกจากนี้ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกมากที่สุด เพราะสินค้าที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีหลากหลายประเภท เช่น ประเภทอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมบุญเดือนสิบ และประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นค่อนข้างสูง เช่น เครื่องถม ซึ่งเป็นหัตถกรรมสำคัญของนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักแพรหลายมาแต่อดีต สร้อยเงิน สร้อยเงิน และสร้อยสามกษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่ตกทอดกันมาช้านานด้านฝีมือช่างเงินของชาวนครศรีธรรมราชที่ประดิษฐ์ถักสร้อยสร้อยนานาชนิด แต่ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทัศนคติต่อการบริการน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยการพูดที่ห้าวและห้วน เป็นเหตุให้การพูดจาสนทนาของประชากรในพื้นที่ขาดหางเสียงที่เสริมแต่งเพื่อให้อ่อนโยนฟังระรื่นหู รวมถึงการแสดงออกต่างๆ ที่ดูแข็งกระด้าง ทำให้คนที่ได้ฟังเกิดความรู้สึกไม่พอใจ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย

ประชากรจังหวัดพัทลุงมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี แต่ประเด็นความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้เพราะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างลำบากและมีระยะทางไกล และประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึก การบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์พบว่ามีความเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดพัทลุงขาดการประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง และไม่มี การประชาสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยมีความน่าสนใจ

ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าบกและชายเลน และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษน่าสนใจ เช่น ถ้ำเลเขากอบซึ่งเป็นถ้ำเดียวที่มีหาดทรายในถ้ำ และมีธารน้ำไหลผ่านและล้อมรอบ หรือ ภูเขาเมฆซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็นเหมือนเมืองเหนือและสามารถเห็นทะเลหมอกได้

แต่ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อความปลอดภัยน้อยที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดตรังหลายแห่ง โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด และน้ำตก มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติค่อนข้างสูง ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า ประชากรจังหวัดตรังมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากทางหน่วยงานราชการต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสำหรับประชากรในพื้นที่ในราคาถูก และเทศบาลนครตรังจัดโครงการเที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา โดยนำคนในชุมชนมาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

ประชากรจังหวัดสตูลมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจและการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสตูลยังไม่มี การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางบกและทางทะเล ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกและการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรจังหวัดสตูลที่มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับเฉยๆ

**3) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น

**4) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว** ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระตบกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าสื่อบุคคลมีความสำคัญมากที่สุดในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลที่ได้รับในระดับมากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงาน ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ วิทยุ รองลงมาคือ โทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะสื่อทั้ง 2 ประเภท เป็นสื่อที่สามารถกระจายเข้าถึงคนหมู่มาก (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 134) ส่วนสื่อที่ประชากรมีการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ พ็อคเก็ตบุ๊ก เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละจังหวัด พบว่าประชากรจังหวัด นครศรีธรรมราชที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ส่วนประชากรจังหวัดพัทลุงมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

### 5) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ สามารถสรุปได้ดังนี้

**5.1) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่า นักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะนักวิชาการมีความใฝ่รู้ และชอบแสวงหาความรู้อยู่เสมอ จึงทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชอบท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ส่วนนักเรียน/ศึกษานั้นส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานศึกษาต่างๆ มักมีกิจกรรม



เกี่ยวกับการเรียนรู้ต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การอบรม การสัมมนา การทัศนศึกษา และการเข้าค่ายเรียนรู้ เป็นต้น จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้/ทัศนศึกษา และประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา

**5.2) บุคคลที่เดินทางมาด้วย** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรสและอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน เพราะกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมชอบเที่ยวและสังสรรค์กับเพื่อนอยู่เสมอ ประกอบกับทางสถานศึกษามักจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเสมอ เช่น การทัศนศึกษา หรือการเข้าค่าย เป็นต้น ดังนั้นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่จึงเดินทางกับเพื่อนมากกว่าเดินทางกับบุคคลอื่น

**5.3) จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทั้งนี้เพราะเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะทางกายภาพและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงมีความอ่อนแอและมีความหวาดกลัวต่อภัยอันตรายต่างๆ มากกว่าผู้ชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงชอบที่จะเดินทางกับคนจำนวนมาก เพราะมีความรู้สึกความปลอดภัยกว่า ในขณะที่เพศชายชอบเดินทางคนเดียวหรือมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งนี้เพราะประชากรที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งมีจำนวนไม่ค่อนข่างมาก ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้างส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะเสม็ด พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน

ประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก มีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำกว่ากลุ่มที่มีผู้ร่วมเดินทางน้อย ทั้งนี้เพราะเมื่อมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก ทำให้มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากขึ้น เช่น ที่พัก ห้องน้ำ สถานที่จะจอดรถ และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีจำนวนไม่เพียงพอหรือไม่สะอาด จึงทำให้กลุ่มดังกล่าวมีทัศนคติที่ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางน้อยกว่า

**5.4) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่** พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่ทัศนคติต่อการบริการทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีการท่องเที่ยวมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะการศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อ

การท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากคนที่การศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.)

ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะรายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นั่นคือยิ่งมีรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นไปด้วย (ธเนศ ศรีสถิต, ม.ป.ป.)

ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ดังที่ แนนซี ชวาทซ์ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตัว โดยที่ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม (สุริย์ จันทรโมลี, 2526 : 37 – 47) ฉะนั้นเมื่อประชากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น

ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ฉะนั้นประชากรที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มาก ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยมาก จะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ทั้งนี้เพราะการที่ประชากรจะเลือกที่จะท่องเที่ยวซ้ำหลาย ๆ ครั้ง จะต้องคำนึงถึง การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย ดังที่กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การคมนาคมที่มีความสะดวก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ มีร้านอาหารที่มีความหลากหลาย มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ที่พักที่มีหลายระดับ มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด รวมไปถึงห้องน้ำที่มีความสะอาดและมีจำนวนเพียงพอ และปัจจัยความปลอดภัย ซึ่งในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นประการสำคัญ

**5.5) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม แสดงว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมหลายๆ แห่งมีสภาพเสื่อมโทรม ขาดการบูรณะซ่อมแซม ขาดเรื่องราวและหลักฐานที่น่าสนใจ

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลายและไม่น่าสนใจ และสินค้าที่ระลึกยังไม่หลากหลาย ยังไม่ค่อยมีความสวยงาม และไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นนำเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความปลอดภัยกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่างๆ โดยเฉพาะภัยพิบัติทางธรรมชาติ

**5.6) กิจกรรมท่องเที่ยวที่เลือก** พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า

ประชากรเพศชายชอบกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพราะเพศชายชอบการผจญภัยหรือความผาดโผน และเพศชายมีร่างกายที่แข็งแรงและมีความอดทนมากกว่าเพศหญิง จึงทำให้ผู้ชายส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ เช่น เดินป่า ขี่จักรยาน ซึ่งมีความลำบากมากกว่า

ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างต่ำ เนื่องจากเส้นทางศึกษาธรรมชาติส่วนใหญ่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น ป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ มีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

ประชากรเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เพราะเส้นทางศึกษาธรรมชาติส่วนใหญ่มีความรกร้าง ยังไม่มีแนวทางเดินที่ชัดเจน และไม่มีแสงสว่างที่เพียงพอ

## สรุปผลและข้อเสนอแนะ

### สรุปผล

ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ และความน่าสนใจของเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ระลึกที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นความรวดเร็วของการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นความสะดวกของร้านอาหาร ความสะดวกและเพียงพอของห้องน้ำ และ ความเหมาะสมของราคาที่พักที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ และประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับเฉยๆ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกือบทุกประเด็น แต่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพียงบางประเด็น และประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ ระดับการศึกษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย ปัจจัยที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ คือ อายุ การรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### 1.1 ด้านการรับรู้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่าย และการทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาไปยังแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความห่วงแหนในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น

3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้

4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล

5) สร้างความภาคภูมิใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

#### 1.2 ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว

1) ควรลดความจำเจของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หากจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

2) ควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงาม พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น

### 1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์

1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร แผ่นพับ เป็นต้น

2) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ให้แก่เยาวชน โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมตามประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ภายในพื้นที่ เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ และประเพณีชักพระ เป็นต้น

3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ

4) ควรมีสุนัขข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ

### 1.4 ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว

1) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล

2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ไหว้พระ 9 วัด การตีโพน 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ

3) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น

### 1.5 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

3) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่สนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น

4) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ โดยทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น

5) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ และประเพณีทำบุญเดือนสิบ

6) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ตลาดไก่งวง ตลาดน้ำ หรือกิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และพายเรือ หรือกิจกรรมการชิมผลไม้ เป็นต้น และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นสเก็ต มีบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

### 1.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น ที่พักสถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น

2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ห้องละหมาด และที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น

3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาระดับมัธยมศึกษา เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะ โดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

### 1.7 ด้านการบริการ

1) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็นเจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### 1.8 ด้านความปลอดภัย

1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว

2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด หรือจัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ หรือมีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ เส้นทางหลักภัย เป็นต้น

3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อักร้างจนเกินไป โดยมีแนวทางการเดินที่ชัดเจน เช่น การรอยกวดตามทางเดิน การวางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีแสงสว่างที่เพียงพอ

### 1.9 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือส่งเสริมคะแนนการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคะแนนไปแลกการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พัก สปา ทานบุฟเฟต์ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น
- 2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่
- 3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 – 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแหล่ง เป็นต้น
- 4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่
- 5) การจัดการเชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน
- 2.2 ควรศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านการจูงใจ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น

### บรรณานุกรม

- เกษรา เกิดมงคล .2546. **บทบาทของทัศนคติในพฤติกรรมการท่องเที่ยว**. ว.นิเทศศาสตร์ ปีที่ 20 ฉ.4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2546) หน้า 15- 32.
- ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธ์ .2545. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2535. **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชลธิชา บุญนาค. **เอกสารประกอบการสอนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ, 2545.
- นฤมล สมิตินันท์. 2527. **การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ. คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. 2535. **การท่องเที่ยวและตราจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ไอ เอส พรินติ้งเฮาส์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ, สวิง สุวรรณ. **พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538. **วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เมทิกา วาทินวิเศษ. 2548. **แนวทางการจัดการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ.**วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน. กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ, สวิง สุวรรณ. **พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 2. วินิก วีรยางกูร. 2532. **การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.**กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2544. **พฤติกรรมผู้บริโภค.**กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2550. **การวิเคราะห์พระดัตถ์.**คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ภาคผนวก ข.** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้

### กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้

กิจกรรม	หน่วยงานที่นำไปใช้
<p>1. จัดทำรายการส่งเสริมการขาย โดยความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ การสะสมแต้มจากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อนำมาแลกบริการของโรงแรมฟรี เข้าชมภาพยนตร์ฟรี หรือเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวฟรี</p> <p>2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน 1 อำเภอ เช่น ระโนด</p>	<p>สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา</p>
<p>1. จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การไหว้พระ 9 วัด</p> <p>2. จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี</p> <p>3. การศึกษาดูงานระหว่างหน่วยงานภายในพื้นที่ ได้แก่ เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้</p>	<p>ททท. สำนักงานนครศรีฯ ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว</p>

**ภาคผนวก ค.** ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
1.ศึกษาระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่	1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 400 คน  2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 30 คน	1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 400 คน  2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 30 คน	<p>ประชากรมีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับดี โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ</p> <p>ประชากรมีทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือป้ายบอกทางมีความเพียงพอและชัดเจน ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย และเอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ</p> <p>ประชากรมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือกิจกรรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือสินค้าที่ระลึกมีการโฆษณาและรายการส่งเสริมการขายที่ดี</p> <p>ประชากรมีทัศนคติต่อการบริการโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ ยกเว้นประเด็นผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดีที่ประชากรมีทัศนคติ อยู่ในระดับดี ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือการให้บริการมีความรวดเร็ว</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>ประชากรมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับดี ยกเว้นประเด็นร้านอาหารมีความสะอาด ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ และ ราคาที่พักมีความเหมาะสมที่ประชากรมีทัศนคติอยู่ในระดับเฉยๆ ส่วนประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือสาธารณูปโภคมีความสะดวกสบาย เช่น น้ำ ไฟฟ้า</p> <p>ประชากรมีทัศนคติต่อความปลอดภัยโดยภาพรวมและในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเฉยๆ โดยประเด็นที่ประชากรมีค่าเฉลี่ยทัศนคติมากที่สุดคือ มาตรการรักษาความปลอดภัยครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุดคือ มีความเสี่ยงน้อยต่อการได้รับอันตรายจากการท่องเที่ยว</p>
<p>2.ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 400 คน</p> <p>2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 30 คน</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 400 คน</p> <p>2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดฯ ละ 30 คน</p>	<p>ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้/ทัศนศึกษา การไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาต่อ การไปติดต่อธุระ และการไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ แต่ยังมีมีความเข้าใจผิดว่าการไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ต่างพื้นที่นั้นถือเป็นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความเข้าใจผิดว่านักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมเยือนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน สำหรับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ถูกต้องเกือบทุกประเด็น มีเพียงประเด็นเดียวที่ประชากรส่วนใหญ่เข้าใจผิดคือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการ</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นพบว่า ประชากรมีความเข้าใจถูกต้องเพียงบางประเด็นคือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทำให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา ส่วนประเด็นที่ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจผิดคือ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านและการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และการเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี</p>
<p>3.ศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชากรในพื้นที่</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน</p> <p>2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 30 คน</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน</p> <p>2. สัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 30 คน</p>	<p>ประชากรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อที่ไม่ใช่บุคคล นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลที่ประชากรได้รับในระดับมากคือ บุคคลในครอบครัวและเพื่อน/ผู้ร่วมงาน ส่วนการรับรู้ข้อมูลจากพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ วิทยุ รองลงมาคือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่ประชากรมีการรับรู้น้อยที่สุดคือ พ็อคเก็ตบุ๊ก</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
<p>4. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน</p>	<p>1. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชากรในพื้นที่ 5 จังหวัดๆ ละ 400 คน</p>	<p>จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ในประเด็นวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า</p> <p>ปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ อาชีพ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยพบว่านักวิชาการและนักเรียน/นักศึกษาชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา และพบว่าประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาก ชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา</p> <p>ปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลที่เดินทางมาด้วย คือ สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพบว่าประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางกับเพื่อน ในขณะที่ประชากรที่มีสถานภาพสมรส/มีภรรยาชอบเดินทางกับครอบครัว/ญาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียน/นักศึกษาชอบเดินทางกับเพื่อน</p> <p>ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทาง คือ เพศ สถานภาพสมรส และทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม โดยพบว่า ประชากรเพศชายชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ในขณะที่เพศหญิงชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สำหรับประชากรที่มีสถานภาพโสดชอบเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก นอกจากนี้พบว่าประชากรที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาก มีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลทัศนคติต่อการบริการ ทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่า ประชากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมาก ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก ประชากรที่มีการรับรู้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก นอกจากนี้พบว่าประชากรที่มีทัศนคติต่อการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยมาก จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในพื้นที่มาก</p> <p>ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ อายุ การรับรู้จากสื่อที่ไม่ใช่บุคคล ทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยว ทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้า และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่าประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ประชากรที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่ใช่บุคคลมากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีทัศนคติต่อสภาพแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อกิจกรรม/สินค้าที่ระลึกละเอียด ประชากรที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมีทัศนคติต่อความปลอดภัยมาก</p>



วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เพศทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และทัศนคติต่อความปลอดภัย โดยพบว่าเพศชายชอบกิจกรรมศึกษา ประชากรที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมีทัศนคติต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยค่อนข้างต่ำ</p>
<p>5.ศึกษาหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่</p>	<p>จัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชน ธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>จัดประชุมระดมความคิดเห็นของประชาชน ธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ทั้ง 5 จังหวัด ๆ ละ 1 ครั้ง</p>	<p>จากการศึกษาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชากรให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถสรุปได้ดังนี้</p> <p><b>1) ด้านการรับรู้</b></p> <p>1.1) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในเรื่องความหมายของการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ให้แก่เยาวชนและประชากรในพื้นที่ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การอบรม การสัมมนา การเข้าค่ายเรียนรู้ และทัศนศึกษา เป็นต้น</p> <p>1.2) ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และจัดทำเป็นหลักสูตรวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การเข้าค่ายหรือทัศนศึกษาแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ หรือการเข้าร่วมงานประเพณีต่างๆ เช่น ทำบุญเดือนสิบ งานชักพระ เป็นต้น เพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้เยาวชนมีความหวง</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>แน่นในประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของตน และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมากขึ้น</p> <p>1.3) จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเที่ยวแก่เยาวชนในท้องถิ่น และสามารถพัฒนาให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยได้</p> <p>1.4) จัดโครงการพันธมิตรท่องเที่ยว หรือโครงการโรงเรียนพี่โรงเรียนน้อง ครอบคลุมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวของเยาวชนแต่ละพื้นที่ เช่น ระหว่างชนบท-ทะเล</p> <p>1.5) สร้างความภาคภูมิใจในการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น การมอบเกียรติบัตรให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ</p> <p><b>2) ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว</b></p> <p>2.1) ควรลดความจำเจของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและมีสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ควรมีเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ</p> <p>2.2) ควรมีการบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสภาพที่สวยงามพร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชากรมีการท่องเที่ยวมากขึ้น</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>3) ด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>3.1) เน้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ให้แก่ประชากรในพื้นที่มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายและสามารถกระจายอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อที่ไม่ใช่บุคคลเช่น วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เอกสาร และแผ่นพับ เป็นต้น</p> <p>3.2) ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีและศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ต ควรจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และข้อมูลด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ของจังหวัด เช่น ประเพณีทำบุญเดือนสิบ</p> <p>3.3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้บุคคลสำคัญเป็น presenter เช่น ผู้ว่าราชการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ</p> <p>3.4) ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความน่าสนใจและทั่วถึง เช่น และ website ที่ข้อมูลมีความถูกต้องและมีการ update ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>3.5) ควรมีศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวที่หน่วยงานปกครองท้องถิ่นต่างๆ</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p><b>4) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว</b></p> <p>4.1) ควรจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ระยะทางไม่ไกลเกินไป หรือมีกิจกรรมเสริมระหว่างศึกษาธรรมชาติเพื่อสร้างความเพลิดเพลินระหว่างเดินทาง เช่น การพายเรือ การล่องแก่ง การเล่นน้ำ การชิมผลไม้ หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น เพื่อให้ประชากรเพศหญิงเลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติมากขึ้น</p> <p>4.2) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยว 1 อำเภอ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ หรือเที่ยวสบาย ๆ ทุกเดือนในสองร้อยกิโล</p> <p>4.3) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ย้อนรอยกินรี การอนุรักษ์รดสามล้อโบราณ เส้นทางเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ไหว้พระ 9 วัด การตีโปง 9 ลูก การแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างคนในเมืองและคนนอกเมือง การเรียนรู้ภูมิปัญญา “1 หมู่บ้าน 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรม” เส้นทางเที่ยวผจญภัย เส้นทางเที่ยวเพื่อสุขภาพ</p> <p>4.4) หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาดูงานในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การศึกษาดูงานแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองท้องถิ่น เช่น เส้นทางชุมชนเข้มแข็ง และชุมชนแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p><b>5) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว</b></p> <p>5.1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมต่างๆ ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายมากขึ้น เช่น การแสดงประกอบแสงสีเสียงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ กิจกรรมการละเล่นในอดีต นั่งรถสามล้อโบราณ เป็นต้น และมีการผลิตสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงาม มีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น</p> <p>5.2) กระตุ้นให้ประชากรที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ตามเรื่องที่น่าสนใจของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการธุรกิจ SME เป็นต้น</p> <p>5.3) กระตุ้นให้ประชากรที่มีสถานภาพโสดเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ทางหน่วยงานหรือสถานศึกษาต่างๆ ควรมีการจัดอบรม/สัมมนา การเข้าค่าย หรือทัศนศึกษา ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ให้มากขึ้น</p> <p>5.4) จัดงานประจำปีตามประเพณีและวัฒนธรรม ของประชากรในพื้นที่ ที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ เช่น การล่องเรือพระทางน้ำ และประเพณีทำบุญเดือนสิบ</p> <p>5.5) การจัดกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เช่น การจำหน่ายสินค้าได้แก่ ตลาดไก่กิ้ง ไก่คัง ตลาดน้ำ กิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ แข่งเรือ และการพายเรือ เป็นต้น</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p>และควรดึงความสนใจในเรื่องต่างๆ ของประชากรในพื้นที่ เช่น ด้านกีฬา และ ด้าน IT มาเป็นกิจกรรมเสริมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น มีลานเล่นเสกิต มีบริการอินเทอร์เน็ต</p> <p><b>6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b></p> <p>6.1) เพื่อรองรับการเดินทางของประชากรที่ชอบเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และควรมีการดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ร้านอาหาร เป็นต้น</p> <p>6.2) ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ประชากรในพื้นที่ที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ร้านอาหารฮาลาล ที่พักปลอดแอลกอฮอล์ เป็นต้น</p> <p>6.3) หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ และป้ายแสดงแผนที่ ควรมีที่นั่งพักที่จุดแวะพักระหว่างทางเดิน สถานที่สำหรับกางเต็นท์ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีป้ายสื่อความหมายเป็นระยะโดยมีขนาดที่เหมาะสมและสามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น</p> <p><b>7) ด้านการบริการ</b></p> <p>7.1) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการในการเป็น เจ้าบ้านหรือเจ้าของชุมชนที่ดี มีจิตใจบริการ รวมไปถึงทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p><b>8) ด้านความปลอดภัย</b></p> <p>8.1) ควรมีจุดบริการร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้บริการต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยว</p> <p>8.2) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง ทั้งภัยจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น การสร้างกฎ ระเบียบ เพื่อควบคุมความประพฤติที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มเหล้าและเสพยาเสพติด จัดโครงการ “ยามชายฝั่ง” โดยมีจุดศูนย์กลางที่สำนักงาน อบจ. และเชื่อมโยงไปยัง หน่วยงาน อบต.ต่างๆ มีระบบเตือนภัยทางธรรมชาติ และ เส้นทางหลักภัย เป็นต้น</p> <p>8.3) การปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่ให้อร่าจางเกินไป โดยมีแนวทางเดินที่ชัดเจน เช่น การรอยกวดตามทางเดิน การถางทางให้มีความเรียบร้อย และควรมีสถูที่เพียงพอ</p>

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับ
			<p><b>9) ด้านการส่งเสริมการตลาด</b></p> <p>9.1) สถานประกอบการท่องเที่ยวควรร่วมมือกันจัดรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชากรในพื้นที่ เช่น จัดทำคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ และสามารถนำคำแนะนำไปแจ้งการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรมฟรี 1 ครั้ง เช่น บริการที่พักรับประทานอาหารบุฟเฟต์ หรือเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น</p> <p>9.2) มีส่วนลดค่าเข้าใช้บริการหรือให้เข้าใช้บริการฟรีสำหรับประชากรในพื้นที่</p> <p>9.3) คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจำนวน 4 - 5 แห่ง และให้ใบประกาศนียบัตรสำหรับประชากรในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวครบทุกแหล่ง เป็นต้น</p> <p>9.4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ในราคาพิเศษสำหรับประชากรในพื้นที่การจัดรายการชิงโชค เช่น การนำทางบัตรการเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาชิงโชค โดยประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ</p>



**ภาคผนวก ง. ตัวอย่างแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์**



## แบบสำรวจ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของประชากร  
ในพื้นที่จังหวัดสงขลา สตูล ตรัง พัทลุง และนครศรีธรรมราช



คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อความหรือเติมข้อความตามความจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

## ตอนที่ 1 : ปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ และเชิงประชากร

1. เพศ  1. ชาย  2. หญิง
2. อายุ  1. น้อยกว่า 15 ปี  2. 15 – 25 ปี  
 3. 26 – 35 ปี  4. มากกว่า 35 ปี
3. สถานภาพสมรส  1. โสด  2. สมรส  3. ม่าย/หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษาสูงสุด  1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น  2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า  4. อนุปริญญา/เทียบเท่า  
 5. ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ  1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ  2. นักวิชาการ  
 3. ธุรกิจส่วนตัว  4. นักเรียน/นักศึกษา  
 5. รับจ้าง/ค้าขาย/เกษตรกรรม  6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้  1. ไม่มีรายได้  2. ต่ำกว่า 10,001 บาท  
 3. 10,001-15,000 บาท  4. 15,001-20,000 บาท  
 5. 20,001-30,000 บาท  6. มากกว่า 30,000 บาท

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

- วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> 1. เพื่อเรียนรู้/ทัศนศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. ความเพลิดเพลิน/พักผ่อน
<input type="checkbox"/> 3. ทำธุระ/อบรม/สัมมนา	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- กิจกรรมท่องเที่ยวในครั้งนี้คืออะไร
 

<input type="checkbox"/> 1. ล่องแก่ง	<input type="checkbox"/> 2. บานาน่าไบต์	<input type="checkbox"/> 3. พายเรือ
<input type="checkbox"/> 4. เล่นน้ำ	<input type="checkbox"/> 5. ตกปลา/หมึก	<input type="checkbox"/> 6. ดำน้ำ
<input type="checkbox"/> 7. ดูสัตว์	<input type="checkbox"/> 8. เดินป่า	<input type="checkbox"/> 9. ชี่จักรยาน
<input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ โปรดระบุ.....		
- บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่านในครั้งนี้คือใคร
 

<input type="checkbox"/> 1. มาคนเดียว	<input type="checkbox"/> 2. มากับเพื่อน	<input type="checkbox"/> 3. มากับครอบครัว
---------------------------------------	---	---
- ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่านในครั้งนี้จำนวน.....คน
- ท่านท่องเที่ยวภายในจังหวัดนี้ประมาณกี่ครั้งต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> 1. 1 – 2 ครั้ง/เดือน	<input type="checkbox"/> 2. 3 – 4 ครั้ง/เดือน	<input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน
---	---	---
- ส่วนใหญ่ท่านมักจะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนี้ ประเภทใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> 1. แหล่งธรรมชาติ เช่น น้ำตก ชายหาด/ชายทะเล เกาะ หรือ ถ้ำ
<input type="checkbox"/> 2. แหล่งวัฒนธรรม เช่น วัด เจดีย์ พิพิธภัณฑ

## ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ จากแหล่งต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ประเภทของสื่อ	ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					ไม่ได้รับข้อมูล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
<b>สื่อบุคคล</b>						
1. บุคคลในครอบครัว						
2. เพื่อน/ผู้ร่วมงาน						
3. พนักงานของบริษัทนำเที่ยว						
4. เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานการท่องเที่ยว						
<b>สื่อที่ไม่ใช่บุคคล</b>						
1. หนังสือพิมพ์						
2. นิตยสาร						

ประเภทของสื่อ	ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					ไม่ได้รับข้อมูล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
3. ฟ็อกเก็ตบุ๊ก						
4. แผ่นพับ/โบชัวร์						
5. นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว						
6. วิทยู						
7. โทรทัศน์						
8. เว็บไซต์						

#### ตอนที่ 4 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ท่านคิดเห็นว่าคุณมีความต่อไปนี้ถูกต้องหรือไม่

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. การท่องเที่ยวคือการไปศึกษาเรียนรู้ทัศนศึกษา		
2. การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว		
3. การไปประชุมสัมมนาต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว		
4. การไปศึกษาต่อต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว		
5. การไปติดต่อธุระต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว		
6. การไปเล่นกีฬาต่างพื้นที่ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยว		
7. นักท่องเที่ยวคือผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยี่ยมชมจังหวัดอื่น ไม่จำเป็นต้องค้างคืน		
8. แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดมาตามกาลเวลา		
9. การท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี		
10. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณคดีให้เห็นวิวัฒนาการทางด้านวัตถุของมนุษย์		
11. การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้าน จัดเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี		
12. การเข้าชมจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ไม่เชิงเป็นการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี		
13. การอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
14. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ไม่รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์		

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
15. การเที่ยวงานประเพณี และการชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		
16. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน		
17. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม		
18. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความตระหนักและจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม		
19. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ประกอบการหรือบริษัทนำเที่ยว		
20. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นรายได้หรือปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก		

#### ตอนที่ 5 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

ท่านมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดนี้ อย่างไรบ้าง

เมื่อ	5	หมายถึง	ดีอย่างยิ่ง
	4	หมายถึง	ดี
	3	หมายถึง	ปานกลาง
	2	หมายถึง	ไม่ดี
	1	หมายถึง	ไม่ดีอย่างยิ่ง

ประเด็น	ระดับทัศนคติ					ไม่มีข้อมูล
	5	4	3	2	1	
<b>สภาพแหล่งท่องเที่ยว</b>						
1. เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ						
2. มีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ						
3. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม						
4. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด						
5. ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวมีความอุดมสมบูรณ์						
6. การเดินทางมีความสะดวก						
7. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ						

ประเด็น	ระดับทัศนคติ					ไม่มี ข้อมูล
	5	4	3	2	1	
<b>การประชาสัมพันธ์</b>						
1. สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย						
2. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์						
3. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง						
4. เอกสารที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ						
5. ข้อมูลจากป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน						
6. ป้ายบอกทางมีความเพียงพอและชัดเจน						
<b>สินค้าของที่ระลึก</b>						
1. กิจกรรมมีความหลากหลาย						
2. กิจกรรมมีความน่าสนใจ						
3. สินค้าที่ระลึกมีความหลากหลาย						
4. สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพและมาตรฐาน						
5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ระลึกมีความสวยงาม						
6. ราคาสินค้าที่ระลึกมีความเหมาะสม						
7. สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น						
8. สินค้าที่ระลึกมีประโยชน์ใช้สอย						
9. สินค้าที่ระลึกมีการโฆษณาและรายการส่งเสริมที่ดี						
<b>การบริการ</b>						
1. ผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี						
2. ผู้ให้บริการสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้เป็นอย่างดี						
3. ผู้ให้บริการตระหนักถึงการดูแล เอาใจใส่						
4. ผู้ให้บริการมีความสุภาพ						
5. การให้บริการมีความรวดเร็ว						
6. ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการสิ่งแวดล้อม						

ประเด็น	ระดับทัศนคติ					ไม่มี ข้อมูล
	5	4	3	2	1	
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>						
1. ความสะอาดสบายในด้านสาธารณูปโภค						
2. สถานที่จอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย						
3. ร้านอาหารมีความเพียงพอ						
4. ราคาอาหารมีความเหมาะสม						
5. ร้านอาหารมีความสะอาด						
6. ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ						
7. สถานที่พักมีหลายระดับให้เลือก						
8. ราคาสถานที่พักมีความเหมาะสม						
9. ห้องพักรับบรรยากาศดี สะอาด สะดวกสบาย						
<b>ความปลอดภัย</b>						
1. มาตรการรักษาความปลอดภัยมีประสิทธิภาพ						
2. มาตรการรักษาความปลอดภัยครอบคลุมทุกพื้นที่						
3. มีความเสี่ยงต่อการได้รับอันตรายน้อย						

ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดนี้

.....

.....

ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือเป็นอย่างดี  
คณะผู้วิจัย

**ภาคผนวก จ. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินงาน**



ประมวลภาพการเก็บข้อมูล









## การประชุมเชิงปฏิบัติการจังหวัดสงขลา







## การประชุมเชิงปฏิบัติการจังหวัดพัทลุง







## การประชุมเชิงปฏิบัติการจังหวัดตรัง







# ประชุมเชิงปฏิบัติการจังหวัดสตูล







ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณะผู้วิจัย

## ประวัติคณะผู้วิจัย

<b>ชื่อ-นามสกุล</b>	นางปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล Mrs. Parichat Singsaktrakul
<b>วันเดือนปีเกิด</b>	5 พฤษภาคม 2520
<b>ตำแหน่งปัจจุบัน</b>	หัวหน้าฝ่ายวิจัยและบริการสังคม สำนักวิจัยและพัฒนา อาจารย์ประจำสาขาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
<b>สถานที่ติดต่อ</b>	สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทรศัพท์/โทรสาร 074- 200300 ต่อ 108
<b>E-mail – address</b>	p_thaweeburus@hotmail.com
<b>ที่อยู่</b>	46/66 ถ.ปทุมกันท์ ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
<b>โทรศัพท์/โทรสาร</b>	074-200300 ต่อ 108 มือถือ 08-3173-9525
<b>เงินเดือนปัจจุบัน</b>	19,950 บาท

### ประวัติการศึกษา

<b>ปริญญาตรี</b>	วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสถิติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
<b>ปริญญาโท</b>	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

ไม่มี

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

- โครงการการศึกษาความต้องการการศึกษาของชุมชนของวิทยาลัยชุมชน จังหวัดนราธิวาส ปีการศึกษา 2546
- โครงการประเมินยุทธศาสตร์การดำเนินงานความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ระยะที่ 1 ปีงบประมาณ 2546-2547
- ร้อยละการได้งานทำ และความพึงพอใจที่มีต่อมหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ ของบัณฑิตและมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ ปีการศึกษา 2547

- โครงการประเมินผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานตามกรอบแผนการดำเนินการโครงการพัฒนาชุมชนแบบพื้นที่ยั่งยืน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาเฉพาะกลุ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวดำเนินการภายใต้โครงการจัดทำแผนแม่บทโครงการภายใต้แผนงบประมาณในเชิงบูรณาการด้านการสร้างศักยภาพเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค
- ประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

- จัดทำเอกสารประกอบการสอนวิชาสถิติเพื่อการวิจัย
- จัดทำเอกสารประกอบการอบรมเรื่องการใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
- จัดทำสื่อประกอบการสอน เรื่องกำหนดการเชิงเส้นโดยโปรแกรม Microsoft Power point
- เป็นวิทยากรในโครงการพัฒนาครูประจำการให้ได้รับวุฒิปริญญาตรีทางการศึกษา ศึกษาศาสตร์สำหรับครูประถมศึกษา เรื่อง “พีชคณิต การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และความน่าจะเป็น”
- เป็นวิทยากรในการอบรมเรื่อง “การใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ”
- เป็นวิทยากรในการอบรมเรื่อง “สถิติเพื่อการวิจัย”

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

ไม่มี

จ. สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

1. สาขาวิชาสถิติ

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

งานสอน และ รับผิดชอบงานวิจัยสถาบันของมหาวิทยาลัย การประเมินโครงการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และให้คำปรึกษาทางด้านการวิจัยและสถิติ

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการจัดการเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดพัทลุงและสตูล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชื่อ-สกุล นายเถียรชัย พันธุ์คง  
MR.THICHENCHAI PHANKHONG

วันเดือนปีเกิด 30 ธันวาคม 2519

ตำแหน่งปัจจุบัน หัวหน้าฝ่ายพัฒนาระบบงานและการจัดการความรู้ สำนักงานนโยบายและ  
งบประมาณ มหาวิทยาลัยมหาดไทย

สถานที่ติดต่อ(ที่ทำงาน) 125/502 ถ.พลพิชัย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์/โทรสาร 074-200344 , โทรสาร 074-253190

E-mail-address thienchai@hu.ac.th,mab4th@yahoo.com

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 70 ซ.1 ถนนคลองเรียน 2 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

โทรศัพท์ 089-7352043

### ประวัติการศึกษา

**ปริญญาตรี** บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยทักษิณ

**ปริญญาโท** วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

### ผลงานวิจัย

ก.ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

- ไม่มี -

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. โครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่ง ในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2549
2. โครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล 1 แห่ง ในอำเภอกำแพง จังหวัดสตูล, 2549
3. โครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง ศึกษาความต้องการพัฒนาสถานีขนส่งสินค้าสำหรับเมืองหลักและจังหวัดชายแดน ร่วมกับกรมการขนส่งทางบก

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

สารนิพนธ์ เรื่อง “คุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำในอำเภอปากพะนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช”. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

**ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ**

- ไม่มี -

**จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ**

1. ธุรกิจเกษตร
2. เศรษฐศาสตร์เกษตร

**ฉ. การงานในปัจจุบัน**

**1. งานประจำ**

1.1 หัวหน้าฝ่ายพัฒนาระบบงานและการจัดการความรู้ สำนักนโยบายและ  
งบประมาณ

1.2 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ รับผิดชอบสอนรายวิชา  
เศรษฐศาสตร์จุลภาค เศรษฐศาสตร์มหภาค การเงินและการธนาคาร การเมืองเศรษฐกิจและสังคม

**2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน**

2.1 หัวหน้าโครงการวิจัย โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและ  
การจัดการเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดพัทลุงและสตูล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)  
(กำลังดำเนินการ)



