



พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว  
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ภคมน หงษ์คู่

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปีการศึกษา 2565

TOURISM BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS IN  
VISITING OLD TOWN SITE, SONGKHLA PROVINCE

PAKAMON HONGKU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management  
Faculty of Tourism and Hospitality  
Dhurakij Pundit University  
Academic Year 2022




## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

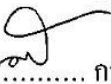
หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว  
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา  
เสนอโดย นางภคมน หงษ์คู่  
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยพล ทรงสุนทรวงศ์)

  
.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์)

  
..... กรรมการ  
(ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

  
..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
(อาจารย์วสุกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 14 เดือน มี.ค. พ.ศ. 2566

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน	ภคมน หงษ์คู่
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว)
ปีการศึกษา	2565

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows ใช้สถิติความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ One-way ANOVA : F- test หากพบความแตกต่าง ทำการทดสอบด้วยใช้วิธีการ LSD

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน อยู่ภาคใต้ ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการเข้ามาท่องเที่ยว โดยเดินทางมาเที่ยว 1-2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อมาถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลงโซเชียล ใช้เวลาในการเที่ยวประมาณ 2 ชั่วโมง มีคนร่วมเดินทาง 2-5 คน รู้จักย่านเมืองเก่า จากสื่อออนไลน์ มาเที่ยวในช่วงเวลา 09.01-13.00 น. เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน และจะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก สำหรับการเปรียบเทียบความพึงพอใจ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ในภาพรวมแตกต่างกัน สถานภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจ ในภาพรวม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ภูมิภาคต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม ด้าน

สิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม  
แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย,  
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

..........

Thesis Title	TOURISM BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS IN VISITING OLD TOWN SITE, SONGKHLA PROVINCE
Author	Pakamon Hongku
Thesis Advisor	Assistant Professor Kanlaya Swangkong, Ph.D.
Program	Master of Arts (Tourism Management)
Academic Year	2022

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study tourism behavior of Thai tourists in visiting in old town site, Songkhla Province 2) to study the level of satisfaction of Thai tourists in visiting in old town site, Songkhla Province and 3) to compare the level of satisfaction of Thai tourists towards Songkhla old town, classifying by gender, age, education level, domicile, occupation and monthly income. The samples consisted of 400 Thai tourists who visited Songkhla old town site. Data were analyzed by using statistical software, namely, frequency, percentage, average, standard deviation, T-test and One-way ANOVA. If a statistical difference was found, LSD method was further performed.

The results of the research were revealed that most Thai tourists were females, aged between 20-30 years old. Most of them were single, had a bachelor's degree, and worked as employees of private businesses in southern region (excluded Songkhla) and had monthly income between 10,001 - 20,000 Baht. Thai tourists had visited Songkhla old town site for 1-2 times with the trip objectives for taking photos of old buildings and street arts to post through social medias. They traveled for 2-5 people and spent time at the old town site around 2 hours. They knew the old site from social media and came to the site from 09:01 to 13:00 hrs. by private cars. They would definitely come back and recommend others to visit as well.

Overall satisfaction of Thai tourists towards Songkhla old town site were at a high level. When considering each attribute, it was found that the attractiveness and the tourism activities were rated at the highest level. In terms of transportation, attractiveness, food and beverage services, and facilities, they were rated at a high level. For satisfaction comparison by personal characteristics, it was found that Thai tourists with different genders had different level of satisfaction towards the attractiveness and food and beverage services. For ages, it

was found that the respondents with different ages had different levels of satisfaction. In addition, the respondents with different marital status had different levels of satisfaction with tourism activities. Also, the respondents with different education levels had different levels of satisfaction with transportation, tourism activities, and facilities. Respondents with different occupations had different levels of satisfaction and the tourism activities. Respondents with different domicile had different levels of satisfaction with attractiveness and the tourism activities. Respondents with different monthly incomes had different levels of satisfaction with attractiveness, tourism activities, facilities, and food and beverage services.

**Keywords:** behavior of Thai tourists, satisfaction of Thai tourists, Songkhla Old Town

.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ คำตักเตือน และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแต่ผู้วิจัย ทั้งยังตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง และเลขานุการหลักสูตรปริญญาโทการจัดการการท่องเที่ยว ที่กรุณาให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องของงานวิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม ขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมสาขาการจัดการท่องเที่ยวทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา ขอขอบคุณข้อมูลทุกประเภทจากแหล่งที่มาของข้อมูลทุกแหล่งทุกบุคคลที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาและนำมาใช้ประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ และขอมอบความสำเร็จของการศึกษานี้ให้กับ บพกาณีและทุกคนในครอบครัว หงษ์คู่ และครอบครัว ช่างसान ที่คอยอยู่เคียงข้างผู้วิจัยเสมอมา จนประสบความสำเร็จ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ภคมน หงษ์คู่



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 A.....	19
2.5 บริบทของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา.....	21
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง.....	26
3. วิธีดำเนินงาน.....	35
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 การทดสอบเครื่องมือ.....	37
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	41
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว.....	44
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	
4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว.....	47
ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	
4.4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	53
จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา	
และรายได้ต่อเดือน	
5. สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	76
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	76
5.2 อภิปรายผล.....	78
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	80
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	89
ก. แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์.....	90
ข. รูปภาพการเก็บข้อมูล.....	97
ประวัติผู้เขียน.....	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของคำถามในปัจจัย..... แต่ละด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน	38
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ..... ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	41
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมของ..... นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	44
4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ด้านสิ่งดึงดูดใจ	47
4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ..... ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	48
4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ..... ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	49
4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	50
4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	51
4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ..... ภาพรวม	52
4.9 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	53
4.10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	54
4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	55
4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ	56
4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	57
4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ภาพรวม จำแนกตามอายุ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ.....	59
4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD)..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ	60
4.17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ..... จำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา	63
4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	63
4.22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ.....	64
4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	65
4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ	66
4.25 ผลผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา..	67
4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามภูมิลำเนา	68
4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา	69
4.28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม..... รายได้ต่อเดือน	70
4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	73
4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ..... ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	74
4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD)..... ภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ที่มนุษย์สร้างขึ้น มีแหล่งความรู้ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ รูปแบบความเป็นอยู่ของแต่ละชุมชน วัฒนธรรมและศิลปะเฉพาะตัว จึงทำให้มีรูปแบบในท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแนวผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การได้รับรู้วิถีชีวิตพื้นบ้านของแต่ละชุมชน เทศกาลต่าง ๆ ประเพณีต่าง ๆ ซึ่งสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจและน่าจดจำให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก การท่องเที่ยวจึงนับได้ว่าเป็นรายได้สำคัญรายได้หนึ่งของประเทศไทย ดังนั้นภาครัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและภายใต้สภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น (พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาน. 2562)

ปัจจุบันสังคมไทยได้ให้ความสำคัญในเรื่องของเทศกาล ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและมรดกทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น รวมถึงการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดกำเนิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพราะสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคได้ รวมถึงเป็นเครื่องมือที่จะสืบสาน ศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่คู่กับประเทศไทยต่อไป เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงทำให้มีความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพิ่มขึ้น ประเทศไทยซึ่งมีทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ที่รอการพัฒนาเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Asset) และต่อยอดให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) กล่าวคือ กลุ่มการผลิตที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อดึงความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานด้านสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงการซื้อสินค้าที่ระลึก (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562) ทั้งนี้รัฐบาลได้มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำในสังคม เน้นที่การสร้างรายได้ เศรษฐกิจที่เข้มแข็งและ ความเจริญ โดยให้ประชาชนและเอกชนมีส่วนร่วมร่วมกับภาครัฐในดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยการเตรียมความพร้อม ให้ชุมชนสร้างสิ่งน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเข้ามาเยี่ยมชมและท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้ไปสู่ประชาชน มีการขายสินค้าของชุมชน โดยใช้เสน่ห์จากภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม แปลงเป็นรายได้ มีการเชื่อมโยงเส้นทางของการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ให้มีเสน่ห์ที่ดึงดูดและที่มีคุณค่า เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาและใช้จ่ายกับทุกกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น ซึ่งทำให้ชุมชนนั้นมีความเข้มแข็งและประชาชนมีความสุข (Strength Within and Happiness Oriented Approach) (กรมการ

พัฒนาชุมชน, 2561) โดยยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาฝ่ายการผลิตและการบริการให้มีความสามารถที่ดีขึ้น เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีชีวิตที่มีคุณภาพที่ดีขึ้นและมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ยั่งยืน มีแนวทางส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของภาคบริการ

จังหวัดสงขลามีเนื้อที่ทั้งหมด 7,394 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่าง และมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่จะสนใจมาเที่ยวที่หาดสมิหลา มาชมเงือกทอง เกาะหนู เกาะแมว และเล่นน้ำทะเล ซึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ยังคงมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม นอกเหนือจากสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติด้วย จึงทำให้ทางเทศบาลนครเมืองสงขลา กำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเริ่มที่ย่านเมืองเก่าของจังหวัดสงขลา เพราะเป็นสถานที่ ที่มีอายุกว่า 200 ปี สืบเกิดได้จากความเก่าแก่ของตึก อาคารและบ้านเรือน ย่านเมืองเก่าแห่งนี้ เมื่อก่อนเป็นแหล่งธุรกิจการค้าใจกลางเมืองสงขลา เป็นสถานที่รับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ย่านเมืองเก่าแห่งนี้ มีถนนที่สำคัญ 3 สาย คือ ถนนนครใน ถนนนครนอกและถนนนางงาม อาคารบ้านเรือนของย่านเมืองเก่านี้ จะมีความคล้ายคลึงกับมีสถาปัตยกรรมของเมืองและอาคารบ้านเรือน ในเมืองมะละกา ประเทศฟิลิปปินส์ และจังหวัดภูเก็ต (สุนิสา มุณีเมธี และ เก็ดถวา บุญปรากฏ, 2556, น. 9-14) ลักษณะบ้านเรือนมีรูปแบบที่แตกต่างกัน คละกันทั้งย่าน เช่น ตึกแถวแบบจีนดั้งเดิม อาคารพาณิชย์ แบบจีนผสมแบบตะวันตก หรือเรียกว่า Chino European รวมทั้งบ้านแบบไทยและแบบมุสลิม ผสมผสานกันอยู่ในบริเวณ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จึงเป็นที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่สามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวและบริการให้มีความเข้มแข็งและเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ ดังนั้นเทศบาลนครเมืองสงขลา จึงได้มีการส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในย่านเมืองเก่า เพื่อกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีความรู้สึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเดิม จึงหันมาสนใจการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เพื่อทราบถึงพฤติกรรมความพึงพอใจและปัจจัยต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจและเป็นสาเหตุให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ทุกปี เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

### 1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษากำหนดไว้ที่ย่านเมืองเก่า ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

### 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมายที่ศึกษา

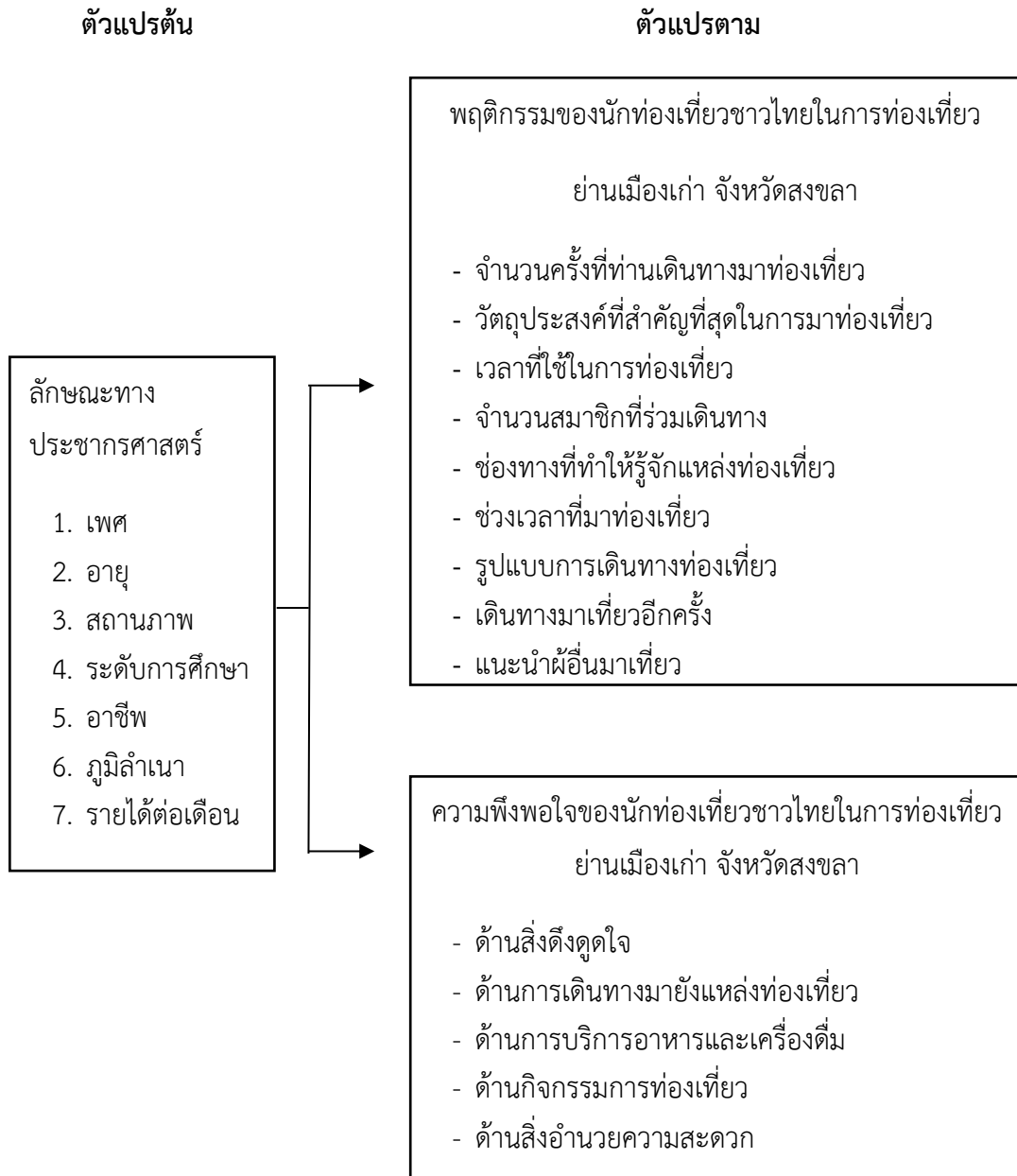
กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีได้มาเพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ จำนวน 400 คน

### 1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา



1.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ชุมชนและผู้ประกอบการย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา สามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยว การเดินทาง อาหารเครื่องดื่ม สินค้าต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.6.2 เทศบาลนครเมืองสงขลา ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแผนการท่องเที่ยว นโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

1.6.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เพิ่มมากขึ้น

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวคนไทย ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการตัดสินใจที่มีส่งผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่ทำนเดินทาง และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

1.7.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึก การรับรู้ ความคิดเห็น การตีความหรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่ได้เกิดขึ้น ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการที่พัก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1.7.3 การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน หรือเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้

1.7.4 ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา หมายถึง สถานที่ที่มีอายุกว่า 200 ปี โดยสังเกตได้จากความเก่าแก่ของตึก อาคาร และบ้านเรือน ย่านเมืองเก่าแห่งนี้ มีถนนที่สำคัญ 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และ ถนนนางงาม

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 A
- 2.5 บริบทของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและชาวต่างประเทศ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่นพำนักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำหรือเพื่อการศึกษาและไม่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่นั่น ผู้เยี่ยมชม (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนเยี่ยมญาติมิตรศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในระหว่างการเดินทางสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้เยี่ยมชมที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

(1) ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”

(2) ผู้เยี่ยมชมเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้นหรือเรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Excursionist or Same Day Visitor)”

สมชาติ อุ๋อัน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทาง เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬาเพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็เป็นการท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์ความหมายกำหนดโดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

- (1) เดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- (2) เดินทางด้วยความสมัครใจ
- (3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีค่าใช้จ่ายหรือหารายได้

นิตา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจาก จุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางประกอบด้วย 3 ปัจจัยคือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมปกติ เช่น บ้าน ที่ทำงาน หรือจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ประชุมสัมมนา ไม่ได้เดินทางมาเพื่อแสวงหารายได้

### 2.1.2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้น ประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและผลกำไร มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวดังนี้

Pike (2008) กล่าวถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภคสิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการได้แก่ ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

Pelasol et al. (2012) ได้กล่าวว่า ก่อนที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบดังนี้

- (1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
- (2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- (3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
- (4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)
- (5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities)
- (6) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) กล่าวว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว ควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

- (1) Accessibility หมายถึง การเข้าถึงคือมีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี

(2) Activity หมายถึง กิจกรรม ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ

(3) Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ

(4) Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวรวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

(5) Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

Tourism Western Australia (2008) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี ดังนี้

(1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

(2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับแตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ชานูน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก

(3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์

(4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยว มิได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

(5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

จากการศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ในการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น จะต้องประเมินความพร้อมด้านต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

### 2.2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม ที่คล้ายคลึงกันบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม หรือของตน ความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่านิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่า นิสัย ซึ่งแปลว่าการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)

### 2.2.2 ประเภทของพฤติกรรม

ประสิทธิ์ ทองอุ่น (2542) กล่าวว่า ประเภทของพฤติกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ บุคคลอื่นที่มีใช้เจ้าของพฤติกรรม จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรง ถ้าไม่แสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอกบุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ ก็โดยสันนิษฐาน หรือคาดเดาเท่านั้นพฤติกรรมภายในนั้นเป็นกระบวนการการทำงานของสมอง (Mental Process) ซึ่งหมายถึง ขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคิด การตัดสินใจ ค่านิยม และแรงบันดาลใจ เป็นต้น

(2) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยัง 모르ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัยการสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการการทำงานของสมอง และพฤติกรรมภายนอก คือ สิ่งที่แสดงออก

### 2.2.3 องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (1972) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบต่อไปนี้

(1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม การทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันนานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการในเวลาเดียวกัน มักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

(2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นใน การทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

(3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ

(4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง จะต้องพิจารณาสถานการณ์ก่อน แล้วจึงจะตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

(5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกไว้แล้วในชั้นแปลความหมาย

(6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้ว ย่อมได้รับผลจากการกระทำ ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

(7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ กล่าวได้ว่า เขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่พักท่องเที่ยว ควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมายที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศ

อินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

#### 2.2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้

- การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
- การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว
- การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด
- การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
- การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

การวางแผนดำเนินการใด ๆ ก็ตาม หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์ เฉพาะกลุ่มของตลาดที่เป็นเป้าหมาย (Target Market) ความต้องการ (Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากและอาจเกิดปัญหาตามมา ดังนั้นจึงนับได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผล (Rationality) หรือก็คือการใช้เหตุผล เพื่อวิเคราะห์ (Analysis) องค์ประกอบ (Components) ของพฤติกรรมที่แสดงออกมา และที่อาจจะมีขึ้นในอนาคตคาดคะเน ผลที่จะเกิดขึ้น โดยเหตุนี้การที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลกรในองค์กรนั้น ๆ ว่า มีประสบการณ์และรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการดำเนินการอย่างไร

#### 2.2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวไว้ ดังนี้

(1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติหากนักท่องเที่ยวกลุ่มใด ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอันดับต้น ๆ เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมค่าใช้จ่ายจะใช้ไปในทุก ๆ ด้าน เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมค่าใช้จ่ายจะใช้ไปในทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านที่พักจะใช้บริการที่พักในโรงแรมระดับสี่ดาวถึงห้าดาว ด้านอาหารจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือภัตตาคาร ด้านนันทนาการจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมระดับสูง ด้านการท่องเที่ยวจะใช้บริการกับทางบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึกจึงเลือกซื้อที่อยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศพื้นฐานไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมดูจากศักยภาพในการใช้จ่าย ในการเดินทางแต่ละครั้งด้วย จึงมักมีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

(2) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมาก จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก



ประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ กว่าหนึ่งพันล้านคน ผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีพอในการเดินทางท่องเที่ยวได้ ย่อมอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูง ในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณ หกล้านคน เป็นต้น

(3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือ หรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานาน ๆ เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมาก ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือแหล่งบันเทิงในร่ม (In House Entertainment) ปัจจัยด้านนี้ นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูก ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอดและถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดธรรมเนียมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้าการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

(4) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลก็คือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น รัฐบาลอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนา สถานที่สำคัญของศาสนาคริสต์ที่ นักแสวงบุญต้องการเดินทางด้วยเหตุผล ที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดอะไรขึ้นเมื่อใดและมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

(5) ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยด้าน สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการเดินทางท่องเที่ยวของท่องเที่ยวอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารนัก ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อทางดาวเทียมและอื่น ๆ ปัจจัยด้าน สื่อสารมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลาย การท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม เช่น เหตุการณ์เมื่อ กลางเดือน มีนาคม พ.ศ. 2541 เมื่อทางกระทรวงสาธารณสุขฮ่องกงที่เดินทางกลับบ้านจากประเทศไทยได้ ติดเชื้อหวัดกโรค ทำให้เสียภาพพจน์ด้านการท่องเที่ยวของไทย ตกต่ำ ไปในหน้าที่หึ่งที่ในความจริง ประเทศไทยได้ปลอดภัยจากเชื้อหวัดกโรคแล้วกว่า 20 ปี

(6) ปัจจัยทางเวลาสถานะและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้าน นี้มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วย นักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยว หรือเดินทาง แต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใด ปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทาง ทั้งนี้ อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว

(7) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร อันได้แก่ ระบบการจองสำรองที่นั่งเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกรวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจ และแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภค สินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมการณ์การบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

#### 2.2.6 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการ ท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยวและ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบายและความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่า ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะ เดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่าย ชื่อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1) มีความพึงพอใจ 2) ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ หากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้ บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พรพิมล คงฉิม (2554, น. 10) สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล มักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

น้ำลิน เทียมแก้ว (2561, น. 8) สรุปว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของ ตนเอง

Cullen (2001, p. 664) ให้ความหมาย ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้ ของบุคคลทั้งที่เกิดขึ้นในระยะสั้นและระยะยาวที่มีต่อคุณภาพการบริการต่าง ๆ ทั้งในระดับแคบ ที่เกี่ยวกับลักษณะบริการ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ เช่น ความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือน่าไว้วางใจ ของผู้ให้บริการ เป็นต้น และในระดับกว้างที่เป็นมุมมองของผู้รับบริการที่ได้จากบริการทุกประเภทที่ นำไปเป็นข้อสรุปรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร

Over (อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคณะ, 2555, น. 19–20) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึก ในทางบวกที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้ เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

จันทา ไชยะโวหาน (2562, น. 12) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าความรู้สึกหรือทัศนคตินั้นเป็นไปในทางบวก หรือทางลบ ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวก เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อมีความสุขปราศจากความทุกข์ ได้รับการ

ตอบสนองอย่างสมบูรณ์ หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น แสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจในสิ่งนั้นด้วย แต่ถ้าเป็นความรู้สึกที่ปราศจากความสุขมีความสุข ไม่ได้รับการตอบสนองไม่สมบูรณ์ครบถ้วน หรือไม่บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น ก็จะมีความรู้สึกหรือทัศนคติในทางลบ แสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจต่อสิ่งนั้น ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลา และสถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกในทางบวก (ความพอใจ ชอบใจ ความสุข) ที่เกิดขึ้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากเกิดความรู้สึกลบ

### 2.3.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

Vroom (1964, p. 91-103) หรือเรียกว่า ทฤษฎี V. I. E. มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ

V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือวิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง จึงพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

Zeithaml et al. (1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของ ผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

- (1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
- (2) ความต้องการของแต่ละบุคคล
- (3) ประสบการณ์ในอดีต
- (4) ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ
- (5) ราคา

Maslow (2000 อ้างอิงใน สาโรช ไสยสมบัติ, 2534) เป็นนักจิตวิทยา ได้สร้างทฤษฎีการจูงใจมนุษย์ ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงตาม ความสำคัญ จากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการของมนุษย์สูงสุด โดยบุคคลจะพยายาม ตอบสนองความต้องการระดับต่ำกว่าก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น และบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนองเมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการใหม่จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้ง บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จาก ระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของชีวิตที่มนุษย์ทุกคนจะต้องได้รับ เพื่อดำรงชีวิตอยู่ตามธรรมชาติ ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ การพักผ่อน และเสื้อผ้า เป็นต้น บุคคลจะตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานจากรายได้ปกติที่เขาได้รับจากการทำงาน

ลำดับที่ 2 ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Safety/Security Needs) มนุษย์ จะต้องการความมั่นคงแน่นอน และความปลอดภัยในชีวิต ทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านอาารมณ์ ความรู้สึกโดยบุคคลจะแสวงหาความมั่นคงให้แก่ตัวเองและครอบครัว ดังจะเห็นได้ว่า มนุษย์ พยายามสร้างและสะสมหลักประกันในการดำรงชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ โดยสมาชิกขององค์กร พิจารณาความมั่นคงในงานตำแหน่ง และสถานะขององค์กร โดยมีผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ และการใช้จ่ายของครอบครัวของเขา

ลำดับที่ 3 ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Belonging Needs) มนุษย์เป็นสัตว์ สังคมที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์และความผูกพันกับบุคคลอื่น ตลอดจนได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้รับการตอบสนอง และได้หลักประกันว่าเขาสามารถจะดำรงชีวิตได้อย่างปลอดภัย เขาก็จะเข้าเป็นสมาชิกในสังคม โดยเฉพาะการยอมรับและการสนับสนุนทางด้านจิตใจจากภายในองค์กร ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ บุคคลเกิดความรู้สึกเป็นสมาชิกกลุ่ม

ลำดับที่ 4 ความต้องการการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งเกิดจากการยกย่องและนับถือจากบุคคลอื่น โดยความรู้สึก ภาคภูมิใจของบุคคลจะมาจากชื่อเสียง เกียรติยศ และการชื่นชมจากสังคม ดังที่เราจะเห็นได้จากบุคคลที่มีหน้าที่การทำงานและรายได้มั่นคง มีตำแหน่งหน้าที่และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม โดยจะเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เพื่อให้ได้รับการยอมรับและชื่นชมจากบุคคลอื่น ซึ่งองค์กร จะต้องจัดตำแหน่งงานในสำนักงาน หรือความรับผิดชอบในงานเพื่อให้บุคคลเกิดความภาคภูมิใจ

ลำดับที่ 5 ความต้องการบรรลุในสิ่งที่ตั้งใจ (Needs of Self Actualization) แต่ละบุคคล จะมีความต้องการที่จะกระทำในสิ่งที่ตนเองสนใจ เพื่อให้ได้ใช้ศักยภาพ หรือตระหนักถึงศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ อาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการบรรลุในสิ่งที่ตั้งใจ ถึงเป็นความปรารถนาที่บุคคลอยากจะเป็นเป็นอย่างอื่น นอกจากที่เป็นอยู่ เพื่อให้บรรลุถึงความพอใจและเข้าใจตนเอง ซึ่งจะเป็นความต้องการขั้นสุดท้ายและสูงสุดของบุคคล ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานสืบเนื่อง จากการที่ปัจเจกบุคคลมีความพอใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน และไม่เท่ากัน ตัวกำหนดความพอใจ ในแต่ละคนแต่ละงานจึงแตกต่างกันด้วย

สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความคิด ความต้องการ ความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง โดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ตนคิดไว้ ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

### 2.3.3 ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550, น. 27) กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มี คุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้อง แสดงให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช่มองเห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจ ต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผู้ใช้เกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่ต้องจ่ายออกไป โดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้

3. สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ในทุกด้าน

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการ หรือผู้ใช้ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการ จะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมการให้บริการ และนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมลงตัวก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้อีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554, น. 24) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของ ผู้รับบริการต่อการให้บริการ ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีปัจจัยที่สำคัญ 7 ด้านดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะ คุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวันวิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนใหญ่สำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการ ยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานบริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยืมข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความ เชื่อถือที่ผู้รับบริการมีก็จะทำให้มีความรู้สึกพอใจกับการบริการนั้น อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วย ความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมของการบริการในด้านการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายใน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้บริการ

7. กระบวนการบริการ มีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงาน บริการลูกค้ามีความคล่องตัว และสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

#### 2.5.4 การวัดความพึงพอใจ

จิรวรรณ ภักดีบุตร และ สมพร พุทธาพิทักษ์ผล (2556, น. 183-184) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถทำได้หลายวิธีต่อไปนี้

1. การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์จากเอกสาร หนังสือ บทความ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่ได้มีการศึกษาวิเคราะห์ไว้แล้ว ผู้ที่ศึกษาต่อ นำเอาข้อมูลเหล่านี้มาศึกษาพิจารณาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่เหมือนและแตกต่างกัน ถ้าต้องทำการศึกษาใหม่จะใช้วิธีการศึกษาวิธีใดที่เหมาะสม และได้ผลการศึกษาที่เป็นจริงและน่าเชื่อถือได้

2. ศึกษาจากสถิติการใช้บริการสารสนเทศ โดยนำสถิติผู้ใช้บริการของห้องสมุดนั้น ๆ มาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบความพึงพอใจหรือความต้องการ เพื่อจะได้จัดหาและวางแผนให้บริการสารสนเทศตามที่ผู้ใช้ต้องการ

3. การสังเกตผู้ใช้โดยบรรณารักษ์ผู้ให้บริการอาจสังเกตอย่างใกล้ชิดตั้งแต่ผู้ใช้เข้ามาในสถาบันบริการสารสนเทศแห่งนั้น วิธีการนี้อาจให้ข้อมูลได้ไม่ชัดเจนและผู้ใช้อาจรู้สึกรำคาญที่ถูกสังเกตอยู่ตลอดเวลา

4. การสัมภาษณ์ผู้ใช้โดยตรง อาจแบ่งประเภทเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประเภทที่เป็นทางการคือ การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวซึ่งอาจสัมภาษณ์ผู้ใช้แบบตัวต่อตัว หรือแบบกลุ่มก็ได้ ประเภทที่ไม่เป็นทางการ คือการที่ผู้ให้บริการสนทนาพูดคุยซักถามกับผู้ใช้ เพื่อถามถึงความต้องการ ความพึงพอใจ ปัญหาที่ประสบ และต้องการให้มีการปรับปรุง

5. การสำรวจและวิจัยตามหลักวิชาการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางหรืออาจผสมผสานกับรูปแบบและวิธีการข้างต้น ในการศึกษาการใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้นั้นควรมีการวางแผนการสำรวจตลอดจนการออกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และสามารถวิเคราะห์นำเอาผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการวัดทัศนคติความพึงพอใจ มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ โดยคำถามที่ใช้มักจะเป็นการกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ ส่วนรูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยม ใช้ในปัจจุบัน คือ มาตรส่วนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

1. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยจะต้องมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้า วิธีนี้ผู้ที่สัมภาษณ์ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษ เพื่อจูงใจให้ผู้ตอบคำถามให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงมากที่สุด

2. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง ทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการและหลังการรับบริการ โดยวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 A

ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มีดังนี้  
 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่างๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอดนิยมและโดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า



#### 2.4.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น

(1) สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น

(2) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก การประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention, MICE)

(3) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

(4) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินชีวิตและอยู่ร่วมกันในสังคม หรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนนั้น

#### 2.4.2 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

สภาพการเข้าถึง หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวก สบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทาง จากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทาง สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพมีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้าสภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยากและค่าจ้างแพงหรือถูก ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึงอาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ และสภาพถนนหนทาง

นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ การลงเว็บไซต์

#### 2.4.3 การบริการที่พัก (Accommodation)

สถานที่ท่องเที่ยว ควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว(Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ ฯลฯ

#### 2.4.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น (Dickman, 1996) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สีเสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น

#### 2.4.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา สถานรักษาพยาบาล โทรศัพท์ สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย โดยจะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป หากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน ก็จะมีการพิจารณาถึงความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียง ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกอาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของบริษัท บริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ระบบสาธารณูปโภค โรงพยาบาล ฯลฯ

### 2.5 บริบทของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

#### 2.5.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของประเทศไทย สมัยโบราณมีชุมชนโบราณและเมืองเก่าแก่ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณีและการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้าน เป็นมรดกทางวัฒนธรรม สงขลาเพิ่งปรากฏเป็นครั้งแรกในบันทึกของพ่อค้าและนักเดินเรือชาวอาหรับ-เปอร์เซีย ระหว่าง ปี พ.ศ. 1993-2093 ในนามของเมืองซิงกูร์ หรือซิงกอร่า (สกอร์จ จันทรรัตน์ และ สงบ ส่งเมือง, 2532, น. 6) แต่ในหนังสือประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมืองแห่ง ราชอาณาจักรสยามของนายกิโยลาส แซร์ แวส เรียกชื่อเมืองสงขลาว่า "เมืองสิงขร" จึงมีการ สันนิษฐานว่า คำว่า สงขลา เพี้ยนมาจาก ชื่อ "สิงหลา" (อ่าน สิงหะ-ลา) หรือสิงขร เหตุผลที่สงขลามีชื่อ ว่า สิงหลา แปลว่า เมืองสิงห์ โดยได้ชื่อนี้มาจากพ่อค้าชาวเปอร์เซีย อินเดีย แล่นเรือมาค้าขาย ได้เห็น เกาะหนู เกาะแมว เมื่อมองไกลจะเห็นเป็นรูปสิงห์สองตัวหมอบเฝ้าปากทางเข้าเมืองสงขลา ชาวอินเดียจึงเรียกเมืองนี้ว่า สิงหลา ส่วนไทย เรียกว่า เมืองสทิง เมื่อมลายูเข้ามาติดต่อกับพ่อค้าขายกับเมือง สทิง ก็เรียกว่า เมืองสิงหลา แต่ออกเสียงเพี้ยนเป็นสำเนียงฝรั่ง เป็นซิงกอร่า (Singora) ไทยเรียก ตามเสียงมลายูและฝรั่งเสียงเพี้ยน เป็นสงขลาอีกเหตุผลหนึ่งอ้างว่า สงขลาเพี้ยนมาจาก "สิงขร" แปลว่า ภูเขา โดยอ้างว่าเมืองสงขลาในตอนแรกตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาแดง พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีพระบรม

ราชวินิจฉัยไว้ว่า "สงขลา" เดิมชื่อ สิงหนคร (อ่านว่า สิงหะ-นะ-คะ-ระ) ชาวมลายูไม่ชอบเสียงสระอะอยู่ท้าย จึงเปลี่ยน เป็นสระอา และเวลาพูดไม่มี หะ และ นะ คงเหลือ สิงคะ-รา แต่ออกเสียงเป็น ชิงคะรา หรือ สิงโครา จนมีการเรียกเป็น ชิงกอรา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2555)

สงขลา เป็นเมืองประวัติศาสตร์ ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มีการค้นพบ หลักฐาน ได้แก่ ขวานหิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่อำเภอสทิงพระ ประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมสมัยเมืองสทิง พระ เจริญ เค บุรลเบท ได้ให้ทัศนะว่า สทิงพระ คือศูนย์กลางของ อาณาจักรเข็ยะไท้ หรือเซ็กโทเป็นแหล่งอารยธรรม หนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ได้รับวัฒนธรรม อินเดียโดยตรงในสมัยอาณาจักรศรีวิชัยเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 7 ศตวรรษ เพราะมีร่องรอยทาง สถาปัตยกรรม ประติมากรรม ที่แสดงให้เห็นว่าเมืองสทิงพระเป็นศูนย์กลาง การปกครองดินแดนรอบทะเลสาบสงขลาในสมัยนั้น (ที่ทำการปกครองจังหวัดสงขลา, ม.ป.ป.)

พื้นที่ส่วนใหญ่ของสงขลา เป็นที่ราบชายฝั่งทะเล โดยมีลักษณะลาดเอียงจากฝั่งอ่าวไทยไป ทางด้านทะเลสาบสงขลา รูปร่างของพื้นที่เป็นแหลมแคบยาวตามแนวทิศใต้ลาดลงไปทางทิศเหนือสู่ทะเล มี ลักษณะเป็นคาบสมุทรแคบและยาวยื่นลงมาทางใต้ เรียกว่า คาบสมุทรสทิงพระ ส่วนที่เป็นแผ่นดินรูป สี่เหลี่ยมผืนผ้าทางตอนใต้ แผ่นดินทั้งสองส่วนเชื่อมต่อกันโดยสะพานติณสูลานนท์ พื้นที่ทางทิศเหนือส่วนใหญ่ เป็นที่ราบลุ่ม ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารที่สำคัญ โดยมีคลองสำโรงไหลตามแนวทิศตะวันออกสู่ตะวันตก เชื่อมระหว่างอ่าวไทยและทะเลสาบสงขลา ความยาว 5.27 กิโลเมตร โดยด้านตะวันออกของพื้นที่มีชายหาดเลียบ ตัวเมือง ความยาวประมาณ 8 กิโลเมตร ซึ่งภายในเขตเทศบาล มีภูเขาอยู่ด้านทิศเหนือ คือ เขาน้อยและ เขาตังกวน มีคลองระบายน้ำสองสาย คือ คลองขวางและคลองสำโรง ซึ่งมีความยาวประมาณ 1.4 และ 5.72 กิโลเมตร (ถนอม พูนวงศ์, 2545, น. 1-2) โดยมีลักษณะโดยสรุป ดังนี้

- ทิศตะวันออก เป็นที่ราบชายฝั่งทะเลฝั่งอ่าวไทยเริ่มตั้งแต่จังหวัดนครศรีธรรมราชลงมาจนถึง จังหวัดปัตตานี มีหาดทรายยาวประมาณ 155.7 กิโลเมตร
- ทิศตะวันตก เป็นที่ราบสูงและเป็นเขตภูเขาที่มีเทือกเขานครศรีธรรมราชเป็นพรมแดน ระหว่าง จังหวัดสงขลา พัทลุง และจังหวัดสตูล
- ทิศใต้ เป็นที่ราบลาดเอียงมาทางเหนือมีเทือกเขาสันกาลาศรีเป็นพรมแดนระหว่างจังหวัดสงขลา และประเทศมาเลเซีย
- ทิศเหนือ เป็นพื้นที่ราบลุ่มริมทะเลสาบสงขลาทะเลสาบสงขลาเป็นพรมแดนระหว่างจังหวัด สงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง

2.5.2 นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาภาค แผนพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการ แข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมและการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ดีขึ้น พัฒนาให้ประเทศไทยเป็น

ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายหลักคือ การพัฒนาให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงมีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วคนไทยมีความสุขอยู่ดีกินดีสังคมมีความมั่นคงเสมอภาคและเป็นธรรม ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพของประเทศไทยในทุกภาคส่วนและนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจปัญหาความเหลื่อมล้ำปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันและปัญหาความขัดแย้งในสังคมตลอดจนสามารถรับมือกับภัยคุกคามและบริหารจัดการกับความเสี่ยง ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพแต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปี ในระยะแรกให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องวางรากฐานด้านการท่องเที่ยวที่เน้นมาตรฐานและคุณภาพระดับสากลสิ่งสำคัญที่สุดคือ การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดความปลอดภัยและไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบแล้ว จึงกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย

### 2.5.3 ความสอดคล้องกับทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่12

การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคการบริการให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิตส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนา ปัจจัยสนับสนุนภาคการบริการและการท่องเที่ยวปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาภูมิภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ ทำให้ช่องว่างรายได้ระหว่างภาคลดลงการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืนยกระดับการท่องเที่ยวสู่นานาชาติ เสริมสร้างมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดนมีการพัฒนาที่เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยการพัฒนาส่งเสริมและอำนวยความสะดวกการลงทุนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

#### (1) ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564

ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

(2) ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาภาคใต้ พ.ศ. 2560– 2565

การพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก

(3) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

เป้าหมายการพัฒนา “ศูนย์กลางการเกษตร การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวนานาชาติ โลจิสติกส์ ที่สมบูรณ์สิ่งแวดล้อมยั่งยืนและสังคมคุณภาพ” โดยมีประเด็นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว คือ ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การพัฒนาสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่มีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

(4) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัด : วิสัยทัศน์

“สงขลา ศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ ประชาชนมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมยั่งยืน” ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว คือ พัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ ตามแนวพัฒนา ดังนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอย่างครบวงจรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

2. ส่งเสริมและพัฒนากำหนดมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมยางพารา อาหารทะเลและฮาลาล

3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานยกระดับระบบการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ (Logistics)

4. ส่งเสริมและพัฒนาก่อตั้งเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม และเชิงธุรกิจ

5. ส่งเสริมและพัฒนากำหนด การลงทุน การขับเคลื่อนสู่ MICE CITY และพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

พิเศษ

6. ส่งเสริม พัฒนา และอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลาให้เป็นเมืองมรดกโลกและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของภูมิภาค

7. พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าชุมชนและท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเพิ่มรายได้

#### 2.5.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา

วิสัยทัศน์จังหวัดสงขลา “สงขลา ศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้ ประชาชนมีคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ยั่งยืน” คำอธิบายวิสัยทัศน์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ในปี 2564 จังหวัดสงขลา ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเพื่อให้บรรลุผลใน 3 เรื่อง ประกอบด้วย

(1) สงขลาศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้

ปี 2564 จังหวัดสงขลา จะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ เป็นเมืองที่มีความพร้อมด้านโครงสร้าง พื้นฐาน มีระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงทางบก (รถไฟ ถนน) ทางเรือ (ท่าเรือสงขลาแห่งที่ 1 และ 2)

และทางอากาศ (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของภาคใต้ โดยใช้ศักยภาพของนิคมอุตสาหกรรมยางพาราและเขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา ปาดังเบซาร์ เชื่อมโยงเศรษฐกิจทางตอนบนของภาคกับตอนใต้ของประเทศไปยังประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้โดยใช้ความโดดเด่นจากฐานเดิมที่เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน ความสวยงามของทรัพยากรและความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นเส้นทางสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคทั้งฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย

(2) ประชาชนมีคุณภาพ

ปี 2564 ประชาชนในจังหวัดสงขลาเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ควบคู่กับคุณธรรมและจริยธรรม มีความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง ประชาชนมีทัศนคติ และพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม และทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้และความสามารถ การศึกษาที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล มีสุขภาพะที่ดี สถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนาและชุมชน ทุกคนเข้าถึงบริการ สังคมของรัฐ (การศึกษาที่มีคุณภาพ บริการด้านสุขภาพ สวัสดิการสังคมที่เพียงพอและเหมาะสม)

(3) สิ่งแวดล้อมยั่งยืน

ผลจากการพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ด้านปริมาณขยะ การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง การใช้พลังงานไฟฟ้าและการดำเนินโครงการนำร่อง Green City ซึ่งได้รับการสนับสนุน จาก ADB ตามโครงการเด่น (Signature Project) ในกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาล จังหวัดสงขลาจึงมุ่งหวังการบรรลุวิสัยทัศน์หลังสิ้นแผนพัฒนาปี 2564 สงขลาจะเป็นเมืองที่มีสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สามารถการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบอย่างมีคุณภาพ เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ ความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สิน ที่เกิดจากสาธารณภัยลดลงมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติมีการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม

2.5.5 พันธกิจ เป้าประสงค์รวม

(1) พันธกิจ

1. พัฒนาเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมเกษตร เพื่อรองรับการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้

2. พัฒนาสงขลาให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตประชาชนมีคุณภาพ

3. จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นฐานการผลิตและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4. พัฒนาสงขลาให้ประชาชนมีความมั่นคงปลอดภัย

(2) เป้าประสงค์รวม

1. เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

2. ประชาชนมีคุณภาพ

### 3. ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมีความยั่งยืน

#### 2.5.6 ย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา

ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีประวัติความเป็นมาและมีอายุกว่า 200 ปี โดยดูได้จากความเก่าแก่ของตึก อาคาร และบ้านเรือน ย่านเมืองเก่าแห่งนี้ มีถนนที่สำคัญด้วยกัน 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ถนนนครนอกจะเป็นถนนที่ติดกับฝั่งทะเลสาบ ว่ากันว่าในอดีตบริเวณนี้เป็นท่าเทียบเรือเพื่อการค้าขายและขนส่งสินค้าจากต่างประเทศ มีโรงสีข้าวขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันที่แห่งนี้ได้ชื่อว่า หับ โห่ หิ้น หรือที่ชาวสงขลาเรียกกันว่า โรงสีแดง โรงสีข้าวแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณริมทะเลสาบสงขลามีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับพื้นที่เพาะปลูกข้าว แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อม สังคม เทคโนโลยี ที่มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงได้ยกเลิกกิจการไปปัจจุบันสถานที่แห่งนี้ ได้กลายมาเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้คนที่มาเยี่ยมชม เพื่อได้รู้ถึงประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตจนถึงปัจจุบัน สำหรับถนนนครใน เป็นถนนที่อยู่ตรงกลางระหว่าง ถนนนครนอกและถนนนางงาม ถนนนครนอกมีสถานที่สำคัญ คือ บ้านนครใน จะเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการอนุรักษ์ เสริมสร้างคุณค่า บ้านนครใน เป็นบ้านไม้เงินแบบโบราณ และบ้านตึกสีขาว ภายในจะเป็นการจัดแสดงของเก่าการอนุรักษ์ของเก่าให้ได้ชมกัน ส่วนถนนนางงาม เดิมชื่อ ถนนเก้าห้อง หรือเรียกว่า ย่านเก้าห้อง ถนนเส้นนี้เกิดจากการตัดถนนเพื่อเป็นเส้นทางในการประกอบพิธีสมโภชเสาหลักเมืองถนนนางงาม มีสถานที่สำคัญ คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ศาลเจ้าพ่อกวนอู ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ คู่ม่าน คู่มือง ของชาวสงขลา และเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยสายเชื้อจีน

#### 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

ปวีณา ทวีวงศ์โอหาร (2552) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียว และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมาก จากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับ

ปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยค่าในลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

วรรณมน จันทิษฐ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา (ก่อนหน้านี้) 3 ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรถส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาด ครั้ง 4-5 คน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ 1คน) ไม่เกิน 1,000 บาท นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของ หน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ โดยรวมด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางและค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1คน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐมีความสัมพันธ์กับเคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อนหน้านี้กี่ครั้ง



(ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านประชาชนในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับเคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาครั้งนี้ ก็ครั้งนี้ (ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวและลักษณะ ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความสัมพันธ์กับวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทวิลาภ รัตนราช (2553) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชน บ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ โดยมีเพื่อนมีอิทธิพลในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าเงิน 2 คืน ความถี่ในการท่องเที่ยว 1 - 2 ครั้ง / ปีและมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท 3. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบ โฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก 4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย เพศหญิงและที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความ พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันและที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชน บ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮ๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ถัดมาได้แก่ ค้าขาย /ธุรกิจส่วนตัว พนักงาน /เจ้าหน้าที่บริษัท ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอื่น ๆ ตามลำดับ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อบำบัดโรคภัย และพบปะเพื่อนฝูง ตามลำดับ ความถี่ในการท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา หลายครั้งต่อสัปดาห์ ทุกวัน ไม่เคย ตามลำดับ รูปแบบของการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน /ครอบครัว รองลงมา เที่ยวคนเดียว และบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสัปดาห์ รองลงมา เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตามลำดับ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เที่ยวภายในวันเดียว รองลงมาค้างคืน 1 คืน ค้างคืน 2 คืน และค้างคืน 3 คืน ตามลำดับ และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว รองลงมา มอเตอร์ไซด์ รถโดยสารประจำ

ทาง และรถจักรยาน ตามลำดับ 2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้าน ความร่มรื่น บรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ มีบริเวณให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอ มีความสะดวกในการเดินทาง มีการดูแลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว และความสะอาดของบริเวณโดยรอบ ตามลำดับ 3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน การอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านน้ำแร่มีความสะอาดบริสุทธิ์ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านบ่อน้ำพุร้อน มีให้บริการเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ป้ายแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้บ่อน้ำพุร้อน การดูแลและซ่อมแซมบริเวณโดยรอบของบ่อน้ำพุร้อน และมีศาลาและห้อง อาบน้ำไว้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน ด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ ความสุภาพ อ่อนโยน การให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ แก่ ผู้ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อน ตามลำดับ 5. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านอาบน้ำแร่แช่น้ำเพื่อสุขภาพ มีสปาและนวดแผนไทยไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีบริการเช่าจักรยานเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมทัศนียภาพโดยรอบบ่อน้ำพุร้อน และมีร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและเลือกซื้อของฝาก ตามลำดับ 6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง มีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก 7. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา 1. ด้านสถานที่ ควรจัดหาให้มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจที่มากกว่านี้ในบริเวณโดยรอบ สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการรักษาความสะอาดของบริเวณโดยรอบ 2. ด้านการอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีห้องสำหรับอาบน้ำแร่ส่วนตัว เพื่อสะดวกใน การอาบน้ำของนักท่องเที่ยวในบริเวณบ่อน้ำพุร้อน ควรมีการบำรุงรักษา และทำความสะอาด บริเวณบ่อน้ำพุร้อน ให้มีความสมบูรณ์มากกว่านี้ และควรมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค ขั้นพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์เพิ่มมากขึ้น และให้ดีกว่าที่มีอยู่ ยังคงเป็นปัญหาหลักการขาดแคลนเงินทุนในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว และอาจไม่อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวอีก 3. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ควรเพิ่มจำนวนบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่านี้ ควรมีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งควรจัดให้บุคลากรอยู่ในแต่ละสถานที่ที่ให้บริการ โดยรอบบ่อน้ำพุร้อน 4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว และควรเพิ่มการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนให้มากยิ่งขึ้น 5. ควรมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพให้เด่นชัด เพื่อเสนอเป็นจุดขาย ที่มีศักยภาพและได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง รวมทั้งการเตรียมการสำหรับรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วย

6. ประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ที่ไม่เป็น ภาพพจน์ทางด้านลบ ต่อจังหวัด ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว และกลุ่มสตรีรวมทั้งกลุ่มเยาวชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มที่มาเยือนที่มีคุณภาพ กลุ่มครอบครัวและกลุ่มสนใจเฉพาะ 7. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว โดยเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาใหม่ ๆ และการให้การศึกษาข้อมูล การทำความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ชนินทร์ เก่งกล้า และ จิติ มีปัสมี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาท ผลการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในระดับมากที่สุด ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างของสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยไป ด้านแรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ การเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี สะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล

นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของประชาชนจังหวัด ศรีสะเกษ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีช่วงอายุมากที่สุดคือช่วงอายุ 26 - 35 ปี (2) ประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านรูปแบบของการเดินทางนิยมไปกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด (3) ประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ มีความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในด้านการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติโดยส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวชายทะเลและทำกิจกรรมชายหาด (4) ประชาชนชาวจังหวัดศรีสะเกษที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่แตกต่างกัน (5) ประชาชนชาวจังหวัดศรีสะเกษ ที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการในการท่องเที่ยวภายในประเทศแตกต่างกัน

พรศิริ บินนาราวี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ในประเด็นความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีความแตกต่างในคะแนนเฉลี่ยรวมและในแต่ละด้าน ชี้ให้เห็นว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้

จริงใจให้น้อยที่สุด อันจะนำมาซึ่งบริการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุด

ศิววรรณ จันทวงศ์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านสถานที่ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน

ศศิโสสม ดวงรักษา (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า สมมติฐานที่ 1 ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ทั้งในภาพรวมและรายด้านย่อยไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ทั้งในภาพรวมและรายด้านย่อยไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว โดยรวม มี 3 ตัวแปร โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพและด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ

ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในภาพรวม ในรายด้าน ส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมาก เช่น ด้านความสะดวกทางกายภาพ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้บริการ ด้านความปลอดภัยต่อบุคคลและทรัพย์สิน และด้านใช้จ่ายและการเงินได้ระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อวิเคราะห์นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างต่อความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมทุกด้านในกรณีที่มีช่วงอายุแตกต่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน

อิงอร ยิ้มมุก (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม ด้านกระบวนการจัดการ และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้ง 3 ด้าน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวใน

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดีสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ประสบการณ์จริงได้ตามที่คาดหวังและเกินสิ่งที่คาดหวังไว้

ศุภัตรา ฮวบเจริญ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุ 21–30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001–20,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาหรือมาเป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ชopping/ช้อปปิ้ง สมาชิกที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน ใช้รถส่วนตัวเป็นยานพาหนะเดินทาง วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือวันหยุดสุดสัปดาห์ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ตนเอง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวคือ 1 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 500–1,000 บาท แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาเที่ยวคือ สื่อโทรทัศน์ โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางจำนวน 2 คน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด (4P) อยู่ในระดับมากใน ด้านผลิตภัณฑ์คือ มีสินค้ามีความหลากหลาย เช่น มีสินค้า OTOP ของที่ระลึก ผักและผลไม้ประจำฤดูกาล และมีสินค้าอาหาร เครื่องดื่มปลอดสารพิษ เช่น ผักและผลไม้อร์แกนิก สบู่สมุนไพร เป็นต้น ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง อาทิเช่น ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับตัวสินค้า มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางในราคาปลีก/ส่ง เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายต่อ มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของรัฐบาลสื่อวิทยุและโทรทัศน์รวมทั้งการจัดแถลงข่าวเปิดงานและป้ายโฆษณา เป็นต้น

ทักษญา เปรมชุตีวัต (2561) ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อ แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำ ยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ ซึ่งเคยเดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป ส่วนใหญ่จะไปเช้า-เย็นกลับ และนักท่องเที่ยวมี ระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องของความสวยงามมากที่สุด และมีความพึงพอใจในเรื่องของความหลากหลายของกิจกรรมน้อยที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจที่รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องจำนวนร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีอย่าง เพียงพอและมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของการบริการอินเทอร์เน็ตฟรี และโดยในภาพรวม ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำ ต่อบุคคลอื่นมากที่สุด

สุวิมล คนไว และ พันธุ์วลี รวมริย์ (2562) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเพณีขึ้นเขานพมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า

5,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ( $X = 3.88$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.464 เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $X = 4.14$ ) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากรมี ค่าเฉลี่ย ( $X = 2.50$ ) และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย ( $X = 3.91$ ) โดยทุกด้านมีระดับความพึงพอใจ ระดับมาก ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด รายด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง และเมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาการ จำแนกตามด้านต่าง ๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อทดสอบรายคู่ โดยวิธี Scheffe แล้วพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ณัฐพัชร จันทนินทร (2562) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า 1. ลักษณะประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางมา 2-5 คน เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และเคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง 3. ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาท ของรัฐได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการคมนาคม และด้านบทบาทของรัฐ ด้านของที่ระลึก ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการบริการ ด้านความปลอดภัยตามลำดับกล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด 4. การทดสอบสมมุติฐาน เพศที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดลอม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์

กิงกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน (2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) องค์ประกอบโลจิสติกส์มีผลต่อความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 4) ความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิง ปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ 41-50 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มาท่องเที่ยว 5 ครั้งขึ้นไป เดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 1 วัน มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ และเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว องค์กรประกอบ โลจิสติกส์และความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวองค์กรประกอบโลจิสติกส์ มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ .05 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยว และวิธีการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับองค์กรประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .01 องค์กรประกอบโลจิสติกส์ ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งและ แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ต่อองค์กรประกอบโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ .01, .01 และ .05 ตามลำดับ

วรรณัฐ แก้วไพรินทร์ (2564) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบล คลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด ในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีระดับความพึงพอใจด้านด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์ มีระดับความพึงพอใจมาก 2) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจ ที่แตกต่างกัน 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแล้ว และลักษณะ ความสัมพันธ์ที่แตกต่าง จะมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 3 วิธีดำเนินงาน

ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, ANOVA โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยมีได้มา เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ในปีพ.ศ. 2563 จำนวน 344,180 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา, 2563)

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวใน ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane (อัศวิน แสงพิบูล, 2556, น. 156-157) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยกำหนดให้

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้กำหนดไว้เท่ากับ 0.05



ดังนั้นสามารถหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{344,180}{1 + (344,180 \times 0.05^2)}$$

$$n = 399$$

ผลจากการคำนวณจะต้องทำการเก็บตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 400 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีการใช้ค่อนข้างมาก เพราะสามารถเก็บข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ผู้ตอบมีอิสระ และเวลาในการทบทวนก่อนตอบ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อคำถาม ได้แก่ จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยว เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่องทางที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยวอีกครั้ง แนะนำผู้อื่นมาเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำนวน 5 ด้าน โดยแบ่งตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

- (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
- (2) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
- (3) ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
- (4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ
- (5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วน ประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Questions) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญมากที่สุด สำคัญ ไม่แน่ใจ สำคัญค่อนข้างน้อย สำคัญน้อย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังต่อไปนี้ (วิชิต อุอิน, 2550)

ระดับ 5 หมายถึง มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีระดับความสำคัญในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีระดับความสำคัญในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีระดับความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาค่าพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น. 121) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.3 การทดสอบเครื่องมือ

3.3.1 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมและเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เช่น ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ ความครอบคลุมของเนื้อหา โดยนำข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างถูกต้อง

3.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ Cronbach's Alpha ในการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability test) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) หากค่าที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่า ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปทดสอบสมมติฐานและนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยได้ (Student, 1908) ได้ใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังต่อไปนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

$n$  คือ จำนวนข้อของคำถามในปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

$\sum s_i^2$  คือ ผลรวมค่าความแปรปรวนแต่ละข้อคำถามในปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

$s_t^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อคำถามในแต่ละผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของคำถามในปัจจัยแต่ละด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

ลำดับที่	ปัจจัยของข้อความ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.90
2	ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	0.89
3	ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	0.88
4	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.91
5	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.87

จากตารางการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค พบว่า ผลจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแอลฟาครอนบาค กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ในทุกปัจจัยของข้อความ

3.3.3 นำแบบสอบถามไปทำการทดลอง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงและแก้ไข จนสมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน 2566

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลสถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ข้อมูลของย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และข้อมูลต่าง ๆ จาก Website

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows ประกอบกับสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานมีรายละเอียด การวิเคราะห์ดังนี้

#### 3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน โดยการหาค่าร้อยละและค่าความถี่

(2) การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการหาค่าร้อยละและค่าความถี่

(3) การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

(1) การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้ค่าสถิติ T-test สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันและใช้ F-test สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกันโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา 2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา 3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยตารางประกอบกับคำอธิบาย ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา
- 4.4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ เพื่อแทนความหมายของค่าทางสถิติ ดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของประชากร
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร
N	แทน	จำนวนประชากร
t	แทน	สถิติที่ใช้การทดสอบที (t-test)
F	แทน	สถิติที่ใช้การทดสอบค่า (F-test)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
***	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

**ตารางที่ 4.1** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ที่	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	<b>เพศ</b>		
	ชาย	136	34.0
	หญิง	264	66.0
	รวม	400	100.00
2	<b>อายุ</b>		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	57	14.3
	21 – 30 ปี	164	41.0
	31 – 40 ปี	79	19.8
	41 – 50 ปี	36	9.0
	51 – 60 ปี	25	6.3
	61 ปีขึ้นไป	39	9.8
	รวม	400	100.00
3	<b>สถานภาพ</b>		
	โสด	212	53.0
	สมรส	157	39.3
	หย่าร้าง	31	7.8
	รวม	400	100.00
4	<b>การศึกษา</b>		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	148	37.0
	ปริญญาตรี	207	51.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.3
	รวม	400	100.00

**ตารางที่ 4.1 (ต่อ)**

ที่	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>5</b>	<b>อาชีพ</b>		
	นักเรียน/นักศึกษา	79	19.8
	ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	77	19.3
	พนักงานธุรกิจเอกชน	94	23.5
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	67	16.8
	รับจ้างทั่วไป	64	16.0
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	19	4.8
	รวม	400	100.00
<b>6</b>	<b>ภูมิลำเนา</b>		
	อยู่ในจังหวัดสงขลา	87	21.8
	ภาคใต้ ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา	241	60.3
	ภาคกลาง	57	14.3
	ภาคตะวันออก	8	2.0
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	1.3
	ภาคเหนือ	2	0.5
	รวม	400	100.00
<b>7</b>	<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	126	31.5
	10,001-20,000 บาท	159	39.8
	20,001-30,000 บาท	87	21.8
	30,000 บาทขึ้นไป	28	7.0
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็น

ร้อยละ 14.3 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีระดับศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รับจ้างทั่วไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ภาคใต้ ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมา อยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อยู่ในภาคกลาง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อยู่ในภาคตะวันออก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และภาคเหนือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และมีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0



#### 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8	ท่านเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา		
	ครั้งแรก	130	32.5
	1-2 ครั้ง	176	44.0
	มากกว่า 2 ครั้ง	94	23.5
	รวม	400	100.00
9	วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้		
	เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	81	20.3
	เพื่อพักผ่อน	110	27.5
	เพื่อถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลงโซเชียล	209	52.3
	เพื่อซื้อของฝาก	-	-
	รวม	400	100.00
10	ท่านเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ใช้เวลาประมาณ		
	1 ชั่วโมง	140	35.0
	2 ชั่วโมง	197	49.3
	3 ชั่วโมงหรือมากกว่า	63	15.8
	รวม	400	100.00
11	จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้		
	คนเดียว	-	-
	2-5 คน	227	56.8
	5 คนขึ้นไป	173	43.3
	รวม	400	100.00

**ตารางที่ 4.2 (ต่อ)**

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>12</b>	<b>ท่านรู้จักย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จากช่องทาง</b>		
	ครอบครัว	54	13.5
	เพื่อน	113	28.3
	สื่อออนไลน์	208	52.0
	โฆษณาทางทีวี	7	1.8
	บริษัททัวร์	18	4.5
	อื่นๆ ระบุ	-	-
	รวม	400	100.00
<b>13</b>	<b>ท่านเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ในช่วงเวลา</b>		
	ก่อนเวลา 9.00 น.	73	18.3
	09.01-13.00 น.	235	58.8
	13.01-17.00 น.	85	21.3
	17.00 น. เป็นต้นไป	7	1.8
	รวม	400	100.00
<b>14</b>	<b>ท่านเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ด้วย</b>		
	รถยนต์ส่วนตัว	187	46.8
	รถบริษัทนำเที่ยว	136	34.0
	รถโดยสาร	77	19.3
	รวม	400	100.00
<b>15</b>	<b>ท่านจะเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา</b>		
	กลับมาแน่นอน	365	91.3
	ไม่แน่ใจ	35	8.8
	รวม	400	100.00
<b>16</b>	<b>ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา</b>		
	แนะนำแน่นอน	365	91.3
	ไม่แน่ใจ	35	8.8
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า

การเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาเที่ยว 1-2 ครั้ง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ ครั้งแรก จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และเดินทางมาเที่ยว มากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

วัตถุประสงค์หลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุด คือ มาเพื่อถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลงโซเชียล จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา คือ มาเพื่อพักผ่อน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และมาเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

ใช้เวลาในการมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา คือ 1 ชั่วโมง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 3 ชั่วโมงหรือมากกว่า จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว 2-5 คน จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และ 5 คนขึ้นไป จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3

รู้จักย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งแรก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักย่านเมืองเก่า จากสื่อออนไลน์ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ จากเพื่อน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 จากครอบครัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 จากบริษัททัวร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และโฆษณาทางทีวี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

มาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ในช่วงเวลา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาเที่ยวในช่วงเวลา 09.01-13.00 น. จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 13.01-17.00 น. จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ช่วงเวลา ก่อนเวลา 9.00 น. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และช่วงเวลา 17.00 น. เป็นต้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

เดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา คือ เดินทางมาเที่ยวโดยรถบริษัทนำเที่ยว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และเดินทางมาเที่ยวโดยรถโดยสาร จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

จะเดินทางมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลาอีกหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.3 และไม่แน่ใจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

จะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลาอีกหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวแน่นอน จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.3 และไม่แน่ใจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสิ่งดึงดูดใจ

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่
17	สถานที่ท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและหลากหลาย เช่น อาคารบ้านเรือน สตรีทอาร์ต จุดชมวิว จุดเช็คอิน เป็นต้น	4.32	0.46	มากที่สุด	2
18	พิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เช่น บ้านนครใน บ้านนครนอก โรงสีแดง มีความสวยงามและกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา	4.29	0.51	มากที่สุด	3
19	ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีบรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี เหมาะแก่การเดิน เที่ยวชม	4.48	0.50	มากที่สุด	1
20	สถานที่ท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีความสะอาด	4.28	0.50	มากที่สุด	4
21	ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีสินค้าพื้นเมืองที่มีความน่าสนใจ และมีราคาที่เหมาะสม	3.65	0.59	มาก	5
	<b>รวม</b>	4.20	0.24	<b>มากที่สุด</b>	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.20 (S.D.=0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีบรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี เหมาะแก่การเดิน เที่ยวชม มีค่าเฉลี่ย 4.48 (S.D. = 0.50) รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและหลากหลาย เช่น อาคารบ้านเรือน สตรีทอาร์ต จุดชมวิว จุดเช็คอิน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.32 (S.D. = 0.46) พิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เช่น บ้านนครใน บ้านนครนอก โรงสีแดง มีความสวยงามและกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีค่าเฉลี่ย 4.29 (S.D. = 0.51) และสถานที่ท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.28 (S.D. = 0.50) และอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีสินค้าพื้นเมืองที่มีความน่าสนใจ และมีราคาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.65 (S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ ที่
22	การคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และมีความปลอดภัย	3.72	0.44	มาก	4
23	มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.17	0.38	ปานกลาง	5
24	สภาพถนนในการเดินทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีความสะดวกในการเดินทาง	4.95	0.20	มากที่สุด	1
25	มีรถสาธารณะที่เพียงพอต่อการเดินทาง	3.78	0.57	มาก	3
26	อัตราค่าโดยสารมีราคาที่เหมาะสม	3.90	0.42	มาก	2
	<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.20</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ สภาพถนนในการเดินทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.95 (S.D. = 0.20) อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ คือ อัตราค่าโดยสารมีราคาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.42) มีรถสาธารณะที่เพียงพอต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.57) และการคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.72 (S.D. = 0.44) และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.17 (S.D. = 0.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ	อันดับ ที่
27	ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.87	0.71	มาก	4
28	อาหารมีความหลากหลาย เช่น อาหารพื้นถิ่น อาหารไทย อาหารนานาชาติ อาหารฟิวชั่น เป็นต้น	3.90	0.41	มาก	3
29	รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม มีความอร่อย	3.97	0.48	มาก	2
30	ร้านอาหารสะอาด ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศดี	4.58	0.49	มากที่สุด	1
31	พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและพูดจาไพเราะ	3.83	0.49	มาก	5
	<b>รวม</b>	<b>4.03</b>	<b>0.27</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ ร้านอาหารสะอาด ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ย 4.58 (S.D. = 0.49) และอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่มมีความอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.48) อาหารมีความหลากหลาย เช่น อาหารพื้นถิ่น อาหารไทย อาหารนานาชาติ อาหารฟิวชั่น เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.41) ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.71) และพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและพูดจาไพเราะ มีค่าเฉลี่ย 3.83 (S.D. = 0.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ ที่
32	ท่านได้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดสงขลา โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศาลเจ้าฯ ดูแล และให้คำแนะนำในการไหว้เจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอย่างดี	4.57	0.49	มากที่สุด	3
33	ท่านได้นั่งรถรางชมเมืองสงขลา พร้อมได้รับฟังบรรยายความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ต่าง	4.40	0.49	มากที่สุด	4
34	ท่านได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ (บ้านนครใน / บ้านนครนอก / โรงสีแดง) โดยมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเข้าชมเป็นอย่างดี	4.60	0.48	มากที่สุด	2
35	ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับสตรีทอาร์ต ในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ	4.84	0.36	มากที่สุด	1
36	ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับโบราณสถาน ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ	3.92	0.65	มาก	5
37	ท่านได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ของจังหวัดสงขลา ในบรรยากาศที่สวยงาม	3.81	0.60	มาก	6
	<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.26</b>	<b>มากที่สุด</b>	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 (S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับสตรีทอาร์ต ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.84 (S.D. = 0.36) รองลงมา คือ ระดับมากที่สุด คือ ท่านได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ (บ้านนครใน / บ้านนครนอก / โรงสีแดง) โดยมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเข้าชมเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.60 (S.D. = 0.48) ท่านได้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดสงขลา โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศาลเจ้าฯ ดูแล และให้คำแนะนำในการไหว้เจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.57 (S.D. = 0.49) ท่านได้นั่งรถรางชมเมืองสงขลา พร้อมได้รับฟังบรรยายความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ต่าง มีค่าเฉลี่ย 4.40 (S.D. = 0.49) และอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ คือ ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับโบราณสถาน ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.65) และท่านได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ของจังหวัดสงขลา ในบรรยากาศที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.60) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้าน  
สิ่งอำนวยความสะดวก

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับที่
38	มีรถรางที่สะอาด ปลอดภัย ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่าง เพียงพอ	4.13	0.47	มาก	2
39	พื้นที่ในโบราณสถานและพิพิธภัณฑ มีเพียงพอสำหรับ รองรับนักท่องเที่ยว	3.46	0.49	มาก	4
40	มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่าย และชัดเจน	3.26	0.44	ปานกลาง	5
41	มีจำนวนห้องน้ำเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและมี ความสะอาด	3.55	0.49	มาก	3
42	มีร้านอาหาร อย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และมี ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่า	4.49	0.59	มากที่สุด	1
	<b>รวม</b>	3.78	0.20	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ มีร้านอาหาร อย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และมีร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่า มีค่าเฉลี่ย 4.49 (S.D. = 0.59) อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ มีรถรางที่สะอาด ปลอดภัย ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.47) มีจำนวนห้องน้ำเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.55 (S.D. = 0.49) และพื้นที่ในโบราณสถานและพิพิธภัณฑ มีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.46 (S.D. = 0.49) และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่ายและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.26 (S.D. = 0.44) ตามลำดับ



**ตารางที่ 4.8** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพรวม

	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า ภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับ ที่
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.20	0.24	มากที่สุด	2
2	ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.20	มาก	4
3	ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	4.03	0.27	มาก	3
4	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.36	0.26	มากที่สุด	1
5	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.78	0.20	มาก	5
	<b>รวม</b>	4.05	0.16	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 (S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.36 (S.D. = 0.26) รองลงมา คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.20 (S.D. = 0.24) และอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ คือ ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D. = 0.27) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.20) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.20)

4.4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	เพศ				t	Sig
	ชาย = 136		หญิง = 264			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.19	0.22	4.21	0.25	0.82	0.40
ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	3.94	0.20	3.88	0.20	2.78***	0.00
ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.98	0.31	4.05	0.24	2.32*	0.02
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.37	0.24	4.35	0.27	0.68	0.49
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.77	0.21	3.78	0.20	0.33	0.73
<b>รวม</b>	4.05	0.16	4.05	0.16	0.25	0.80

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 สำหรับด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.55	0.11	1.91	0.09
	ภายในกลุ่ม	394	22.85	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	0.48	0.09	2.27*	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	16.69	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.85	0.17	2.32*	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	28.94	.073		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	1.18	0.23	3.47***	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	26.88	0.06		
	รวม	399	28.06			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	0.44	0.08	2.09	0.06
	ภายในกลุ่ม	394	16.67	0.04		
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.45	0.09	3.48***	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	10.19	0.02		
	รวม	399	10.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า อายุ ที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อายุ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามอายุ รายละเอียดตามตารางที่ 4.11 – 4.14

**ตารางที่ 4.11** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
		3.93	3.88	3.94	3.95	3.83	3.88
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.93	-	.04	0.01	0.01	0.10*	0.05
21 - 30 ปี	3.88	-	-	0.06	0.06	0.05	0.00
31 - 40 ปี	3.94	-	-	-	.00	0.11*	0.06
41 - 50 ปี	3.95	-	-	-	-	0.11*	0.06
51 - 60 ปี	3.83	-	-	-	-	-	0.05
61 ปีขึ้นไป	3.88	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันได้แก่ อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า 51-60 ปี

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
		4.08	4.00	4.09	3.95	4.00	4.01
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.08	-	0.07	-0.01	0.13*	0.08	0.06
21 - 30 ปี	4.00	-	-	-0.09*	0.05	0.00	-0.00
31 - 40 ปี	4.09	-	-	-	0.14*	0.09	0.08
41 - 50 ปี	3.95	-	-	-	-	-0.05	-0.06
51 - 60 ปี	4.00	-	-	-	-	-	-0.01
61 ปีขึ้นไป	4.01	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันได้แก่ อายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า 31-40 ปี ส่วนอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 31 - 40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า 41-50 ปี

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
		4.31	4.32	4.44	4.36	4.32	4.44
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.31	-	-0.01	-0.13*	-0.05	-0.00	-0.12*
21 - 30 ปี	4.32	-	-	-0.11*	-0.04	0.00	-0.11*
31 - 40 ปี	4.44	-	-	-	0.07	0.12*	0.00
41 - 50 ปี	4.36	-	-	-	-	0.04	-0.07
51 - 60 ปี	4.32	-	-	-	-	-	-0.12
61 ปีขึ้นไป	4.44	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันได้แก่ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า 31-40 ปี ส่วนอายุ 31 - 40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า อายุ 51-60 ปี และสำหรับอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ภาพรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ					
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
		4.05	4.03	4.11	4.05	3.98	4.06
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.05	-	0.01	-0.05*	-0.00	0.06	-0.01
21 - 30 ปี	4.03	-	-	-0.07*	-0.01	0.05	-0.02
31 - 40 ปี	4.11	-	-	-	0.05	0.12*	0.04
41 - 50 ปี	4.05	-	-	-	-	0.07	-0.01
51 - 60 ปี	3.98	-	-	-	-	-	-0.08*
61 ปีขึ้นไป	4.06	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า สำหรับ 31-40 ปี อายุ 31 - 40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า อายุ 51-60 ปี และส่วนอายุ 51 - 60 ปีมีความพึงพอใจน้อยกว่า อายุ 61 ปีขึ้นไป

**ตารางที่ 4.15** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.09	0.04	0.83	0.43
	ภายในกลุ่ม	397	23.30	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.15	0.07	1.78	0.16
	ภายในกลุ่ม	397	17.02	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.00	0.00	0.05	0.95
	ภายในกลุ่ม	397	29.79	0.07		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.47	0.23	3.38*	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	27.59	0.07		
	รวม	399	28.06			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.14	0.07	1.65	0.19
	ภายในกลุ่ม	397	16.97	0.04		
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.05	0.02	1.04	0.35
	ภายในกลุ่ม	397	10.58	0.02		
	รวม	399	10.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า สถานภาพ ที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามสถานภาพ ราย ละเอียดตามตารางที่ 4.16



**ตารางที่ 4.16** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง
		4.34	4.35	4.47
โสด	4.34	-	-0.00	-0.13*
สมรส	4.35	-	-	-0.12*
หย่าร้าง	4.47	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ สถานภาพโสด และสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจน้อยกว่า สถานภาพหย่าร้าง

**ตารางที่ 4.17** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.08	0.04	0.70	0.49
	ภายในกลุ่ม	397	23.32	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.31	0.15	3.68*	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	16.86	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.10	0.05	0.66	0.51
	ภายในกลุ่ม	397	29.70	0.07		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.56	0.28	4.06**	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	27.50	0.06		
	รวม	399	28.06			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.70	0.35	8.55**	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	16.41	0.04	*	
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.19	0.09	3.78*	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	10.44	0.02		
	รวม	399	10.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามระดับการศึกษารายละเอียดตามตารางที่ 4.18 – 4.21

**ตารางที่ 4.18** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.92	3.88	3.96
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.92	-	0.03	-0.04
ปริญญาตรี	3.88	-	-	-0.08*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.96	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

**ตารางที่ 4.19** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.32	4.36	4.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.32	-	-0.04	-0.12*
ปริญญาตรี	4.36	-	-	-0.08*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.45	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

**ตารางที่ 4.20** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.76	3.76	3.89
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.76	-	0.00	-0.12*
ปริญญาตรี	3.76	-	-	-0.13*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.89	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

**ตารางที่ 4.21** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.05	4.04	4.11
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.05	-	0.00	-0.06*
ปริญญาตรี	4.04	-	-	-0.07*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.11	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.49	0.10	1.71	0.13
	ภายในกลุ่ม	394	22.90	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	0.21	0.04	1.01	0.40
	ภายในกลุ่ม	394	16.95	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.71	0.14	1.94	0.08
	ภายในกลุ่ม	394	29.08	0.07		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	3.05	0.61	9.61***	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	25.01	0.06		
	รวม	399	28.06			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	0.38	0.077	1.81	0.10
	ภายในกลุ่ม	394	16.73	0.042		
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.42	0.086	3.31***	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	10.21	0.026		
	รวม	399	10.64			

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามอาชีพ รายละเอียดตามตารางที่ 4.23 – 4.24

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	รับ ราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ กิจการ	รับจ้าง	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ
		4.29	4.39	4.35	4.38	4.27	4.69
นักเรียน/ นักศึกษา	4.29	-	-0.10*	-0.06	-0.09*	0.01	-0.39*
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.39	-	-	0.03	0.00	0.11*	-0.29*
พนักงานธุรกิจ เอกชน	4.35	-	-	-	-0.02	0.08*	-0.33*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	4.38	-	-	-	-	0.11*	-0.30*
รับจ้าง	4.27	-	-	-	-	-	-0.41*
ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ	4.69	-	-	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยกว่า อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ สำหรับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานธุรกิจเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมากกว่า อาชีพรับจ้าง ส่วนนักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานธุรกิจเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจน้อยกว่า ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานธุรกิจเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	รับจ้าง	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ เกษียณอายุ
		4.03	4.06	4.06	4.05	4.02	4.18
นักเรียน/ นักศึกษา	4.03	-	-0.03	-0.02	-0.02	0.00	-0.15*
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.06	-	-	0.00	0.01	0.03	-0.11*
พนักงานธุรกิจเอกชน	4.06	-	-	-	0.00	0.03	-0.12*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.05	-	-	-	-	0.02	-0.12*
รับจ้าง	4.02	-	-	-	-	-	-0.15*
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ เกษียณอายุ	4.18	-	-	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (L.S.D.) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานธุรกิจเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจน้อยกว่า ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ

**ตารางที่ 4.25** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.89	0.18	3.14***	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	22.51	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	0.23	0.04	1.10	0.35
	ภายในกลุ่ม	394	16.94	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.49	0.09	1.33	0.24
	ภายในกลุ่ม	394	29.30	0.07		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	1.00	0.20	2.93**	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	27.05	0.06		
	รวม	399	28.06			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	0.15	0.03	0.71	0.61
	ภายในกลุ่ม	394	16.96	0.04		
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.27	.05	2.05	0.07
	ภายในกลุ่ม	394	10.37	.02		
	รวม	399	10.64			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ภูมิลำเนาที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ส่วน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามภูมิลำเนา รายละเอียดตามตารางที่ 4.26 – 4.27



ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	$\bar{X}$	ภูมิภาค					
		อยู่ในจังหวัดสงขลา	ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ
		4.25	4.20	4.19	3.95	4.24	3.90
อยู่ในจังหวัดสงขลา	4.25	-	0.04	0.05	0.30*	0.01	0.35*
ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา	4.20	-	-	0.01	0.25*	-0.03	0.30
ภาคกลาง	4.19	-	-	-	0.24*	-0.04	0.29
ภาคตะวันออก	3.95	-	-	-	-	-0.29*	0.05
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.24	-	-	-	-	-	0.34
ภาคเหนือ	3.90	-	-	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ อยู่ในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจมากกว่า ภาคตะวันออก และภาคเหนือ ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา สำหรับภาคกลาง มีความพึงพอใจมากกว่า ภาคตะวันออก ส่วนภาคตะวันออก มีความพึงพอใจน้อยกว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	$\bar{X}$	ภูมิภาค					
		อยู่ในจังหวัดสงขลา	ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ
		4.44	4.34	4.31	4.33	4.20	4.41
อยู่ในจังหวัดสงขลา	4.44	-	0.10*	0.13*	0.11	0.24*	0.03
ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา	4.34	-	-	0.03	0.01	0.14	-0.07
ภาคกลาง	4.31	-	-	-	-0.02	0.11	-0.10
ภาคตะวันออก	4.33	-	-	-	-	0.13	-0.08
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.20	-	-	-	-	-	-0.21
ภาคเหนือ	4.41	-	-	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ อยู่ในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจมากกว่า ภาคใต้ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.90	0.30	5.31***	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	22.50	0.05		
	รวม	399	23.40			
ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	0.24	0.08	1.93	0.12
	ภายในกลุ่ม	396	16.92	0.04		
	รวม	399	17.17			
ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.64	0.21	2.90*	0.03
	ภายในกลุ่ม	396	29.16	0.07		
	รวม	399	29.80			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	1.51	0.50	7.54***	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	26.55	0.06		
	รวม	399	28.06			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	.88	0.29	7.18***	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	16.23	0.04		
	รวม	399	17.12			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.65	0.22	8.70***	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	9.98	0.02		
	รวม	399	10.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากตารางที่ 4.28 พบว่า รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ในด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่สุด (LSD) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายละเอียดตามตารางที่ 4.29 – 4.33

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		4.17	4.23	4.25	4.07
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	4.17	-	-0.05	-0.07*	0.10*
10,001-20,000	4.23	-	-	-0.02	0.16*
20,001-30,000	4.25	-	-	-	0.18*
30,001 ขึ้นไป	4.07	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า 30,001 ขึ้นไป สำหรับ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		4.04	4.04	4.04	3.88
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	4.04	-	-0.00	-0.00	0.15*
10,001-20,000	4.04	-	-	-0.00	0.15*
20,001-30,000	4.04	-	-	-	0.16*
30,001 ขึ้นไป	3.88	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		4.30	4.37	4.45	4.26
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	4.30	-	-0.06*	-0.15*	0.03
10,001-20,000	4.37	-	-	-0.08*	0.10
20,001-30,000	4.45	-	-	-	0.19*
30,001 ขึ้นไป	4.26	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจน้อยกว่า 20,001-30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		3.76	3.79	3.81	3.62
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.76	-	-0.02	-0.04	0.14*
10,001-20,000	3.79	-	-	-0.01	0.17*
20,001-30,000	3.81	-	-	-	0.19*
30,001 ขึ้นไป	3.62	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		4.03	4.07	4.10	3.93
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	4.03	-	-0.03	-0.06*	0.10*
10,001-20,000	4.07	-	-	-0.03	0.13*
20,001-30,000	4.10	-	-	-	0.16*
30,001 ขึ้นไป	3.93	-	-	-	-

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (L.S.D.) จะเห็นว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจน้อยกว่า รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 มีความพึงพอใจมากกว่า รายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทย ในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา 2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และ 3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวคนไทยที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวนรวม 400 คน

โดยผู้วิจัยแยกออกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน อยู่ภาคใต้ ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ เดินทางมาเที่ยว 1-2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์สำคัญ ในครั้งนี้ คือ เพื่อถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลงโซเชียล ใช้เวลาในการเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง มีคนร่วมเดินทางมาเที่ยว 2-5 คน รู้จักย่านเมืองเก่า จากสื่อออนไลน์ มาเที่ยวในช่วงเวลา 09.01-13.00 น. เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน และจะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวแน่นอน

5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ดังนี้

(1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ และอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีบรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี เหมาะแก่การเดิน เที่ยวชม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีสินค้าพื้นเมืองที่มีความน่าสนใจ และมีราคาที่เหมาะสม

(2) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สภาพถนนในการเดินทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีความสะดวกในการเดินทาง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย

(3) ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ร้านอาหารสะอาด ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศดี ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและพูดจาไพเราะ

(4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ และอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับสตรีทอาร์ต ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ของจังหวัดสงขลา ในบรรยากาศที่สวยงาม

(5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีร้านอาหาร อย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และมีร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่า ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่ายและชัดเจน

#### 5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิสำเนา และรายได้ต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ พบว่า

(1) จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศต่างกัน มีความพึงพอใจ ในด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจ ในด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

(3) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจ ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจ ในด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

(5) จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

(6) จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจ ในด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(7) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกัน ในภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจ ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.00 และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

## 5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทย ในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา อภิปรายผล มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

5.2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับ งานวิจัยของกิ่งกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน (2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ธรณี ศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถส่วนตัวและสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัชร์ จันทนินทร (2562) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ส่วนใหญ่โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะว่าการใช้รถส่วนตัวนั้น ความสะดวกและคล่องตัวในการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว 1-2 ครั้ง สอดคล้องกับทวิลาภ รัตนราช (2553) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะเอนก จังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการท่องเที่ยว 1 - 2 ครั้ง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากสถานที่ไม่มีความเปลี่ยนแปลง สำหรับความตั้งใจจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน และจะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวแน่นอน สอดคล้องกับทักษญา เปรมชุติวัด (2561) ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำ ยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า ตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำ ต่อบุคคลอื่นมากที่สุด ส่วนใหญ่รู้จักย่านเมืองเก่า

จากสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ กิ่งกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน (2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า หาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการมีคนร่วมเดินทางมาเที่ยว 2-5 คน สอดคล้องกับ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน ส่วนวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ คือ เพื่อถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลงโซเชียล ใช้เวลาในการเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง มาเที่ยวในช่วงเวลา 9.00-13.00 น. เนื่องจาก อาคารเก่า และสตรีทอาร์ต จะมีปรากฏอยู่ในถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก มีตรอกและซอย ที่ทะลุถึงกันได้ หากต้องการเที่ยวชมให้ครบ จะใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงนิยม เลือกร่วมเที่ยวชม ในช่วงเช้า

5.2.2 จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552). ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของทวิลาภ รัตนราช (2553) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบ โฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิมล แก้วไพรินทร์ (2564) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีระดับความพึงพอใจมาก

5.2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวม ต่างกัน มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับทวิลาภ รัตนราช (2553) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน เพศ ต่างกัน มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ญัญฐพัชร จันทนินทร (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ส่วนอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ วรวิมล แก้วไพรินทร์ (2564) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สำหรับ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ สุวิมล คนไฉ และ พันธวีลี รามริย์ (2562)

ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเพณีขึ้นเขานพรมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ และการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทย ในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า มีความแตกต่างในคะแนนเฉลี่ยภาพรวมในแต่ละด้าน จึงควรนำมาเป็นแนวทางแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น ดังต่อไปนี้

##### (1) ด้านพฤติกรรม

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา 1-2 ครั้ง หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ หลากหลาย แตกต่างกันในแต่ละสัปดาห์ หรือแต่ละเดือน เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว กลับมาเที่ยวบ่อยขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์สำคัญในการเดินทางมาเที่ยว ย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อถ่ายรูปอาคารเก่า สตรีทอาร์ต ลังโซเซียล ผู้รับผิดชอบดูแลในพื้นที่ ควรดูแลปรับปรุง อาคารเก่าๆ ให้ดูสะอาด เรียบร้อย ไม่มีอันตราย สำหรับสตรีทอาร์ต ควรดูแลให้สีสดใสมือและอาจจะเพิ่มพื้นที่ของสตรีทอาร์ต เพื่อเพิ่มความหลากหลายสร้างความน่าสนใจ

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเพิ่ม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมได้ร่วม หรือรับชม เพื่อใช้เวลาในย่านเมืองเก่าให้มากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีคนร่วมเดินทางมาเที่ยว 2-5 คน หน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรจัดพื้นที่และที่นั่งพักผ่อน รองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในส่วนของร้านอาหาร ควรจัดโต๊ะให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่รู้จักย่านเมืองเก่า จากสื่อออนไลน์ จึงควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเซียล เช่น TikTok Facebook YouTube Instagram เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่ามากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาเที่ยวย่านเมืองเก่า ในช่วงเวลา 09.01-13.00 น. ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดกิจกรรมที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว ในช่วงเวลานี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างที่จอดรถให้เพียงพอและที่จอดรถควรมีหลังคา หรือมีร่มเงา เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอนและจะแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวแน่นอน นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการมาเที่ยวย่านเมืองเก่า จึงควรมีการคงไว้ในสิ่งที่ดีอยู่แล้ว และควรมีการปรับปรุง พัฒนาเพิ่มเติม เพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

## (2) ด้านความพึงพอใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับบรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี เหมาะแก่การเดินทางเที่ยวชม มากที่สุด ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรดูแล รักษาสภาพภูมิทัศน์ในคงความสวยงาม คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นไว้ ส่วนในเรื่องของสินค้าพื้นเมืองมีจำนวนน้อยและยังไม่น่าสนใจ หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรจัดหาสินค้าที่มีอัตลักษณ์มากขึ้น

ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ข้อที่กล่าวถึง ป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องจึงควรจัดทำป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของร้านอาหาร ที่มีความสะอาด ตกแต่งร้านสวยงาม และมีบรรยากาศที่ดี มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านนี้มาก ผู้ประกอบการจึงควรช่วยกันรักษาความสะอาด และช่วยกันตกแต่งร้านค้าให้ดูดีอยู่เสมอ และเนื่องจากย่านเมืองเก่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร จึงควรเพิ่มเมนูอาหารพื้นถิ่นที่มีความหลากหลาย รสชาติอร่อย

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการถ่ายรูปคู่กับสตรีทอาร์ต ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ มากที่สุด ดังนั้น จึงควรช่วยกันดูแลไม่ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่อยู่อาศัยในย่านนั้น จอดรถ หรือนำสิ่งกีดขวางมาบดบังภาพวาดต่างๆ ที่อยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในหัวข้อ มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่ายและชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย

น้อยที่สุด ดังนั้น ทางผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงควรเพิ่มจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่าย และชัดเจน เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

### **ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัย**

1. ควรศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว ของย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยอาจจะเน้นการพัฒนาและส่งเสริมใน ด้านอาหารพื้นถิ่น และด้านสินค้าพื้นเมือง เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ความพึงพอใจในข้อที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่น และสินค้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ย น้อย จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติม

2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทย ในการท่องเที่ยว ในพื้นที่อื่นของ จังหวัด สงขลา เนื่องจากจังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ มีโบราณสถานที่น่าสนใจอยู่หลาย

## บรรณานุกรม



### บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562, 10 มกราคม). *วัฒนธรรมคุณค่าสู่มูลค่า*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.  
[http://www.culture.go.th/culture\\_th/ewt\\_news.php?nid=3972&filename=index](http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index)
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2555). *SONGKHLA 2012: ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2555*.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). *รายงานประจำปี 2550*. <https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>
- กึ่งกาญจน์ ดอกพุ่มซ้อน. (2564). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. คลังทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัล มหาวิทยาลัยรังสิต (RSUIR). <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1611>
- จันทา ไชยะโวหาร. (2562). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถ้ำนางแอ่น แขวงคำม่วน สปป. ลาว* [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด.  
<https://bit.ly/442pcKi>
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์, วีระวัฒน์ ปันนิตามัย, สุรกุล เจนอบรม, ณรงค์ศักดิ์ บุญเลิศ, ชุชนะ รุ่งปัจฉิม, วีระวัฒน์ ปันนิตามัย, แสงทอง กำเนิดมี, อำไพรัตน์ อักษรพรหม, และ ณรงค์ศักดิ์ บุญเลิศ. (2555). *เอกสารสอนชุดวิชาจิตวิทยาบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 15, หน่วยที่ 8-15). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิรวรรณ ภัคติบุตร และ สมพร พุทธาพิทักษ์ผล. (2556). *การให้การศึกษแก่ผู้ใช้*. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการบริการและเผยแพร่สารสนเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 10, หน่วยที่ 12). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และ ธิติ มีปลื้ม. (2555). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี*. [จุลนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชวัลนุช อุทาวัน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ณัฐพัชร์ จันทินทร. (2562). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ถนอม พูนวงศ์. (2545). *ประวัติศาสตร์เมืองสงขลา*. โอเดียนสโตร์.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ทวีลาภ รัตนราช. (2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรืออำเภอยะโฮน จังหวัดชุมพร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <https://bit.ly/445h4sz>
- ทักษัญญา เปรมชุติวัด. (2561). *ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (PSU Knowledge Bank). <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17523>
- ที่ทำการปกครองจังหวัดสงขลา. (ม.ป.ป.). *ประวัติจังหวัดสงขลา*.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จุดเปลี่ยนอันดามันสู่ความยั่งยืน*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นาวิ ชื่นใจ และ กนกวิดี พึ่งโพธิ์ทอง. (2555). *พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ*. *วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 8(3), 51–60. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/5051>
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560* (รายงานการวิจัย). สำนักวิทยบริการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปณีสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* [งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. <https://webopac.lib.buu.ac.th/catalog/Bibltem.aspx?BibID=b00227351>
- ประสิทธิ์ ทองอ่อน. 2542. *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU RESEARCH รวมงานวิชาการ. <http://dspace2.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/492>

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ. (2562). ระดับการรับรู้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ต่อผลิตภัณฑ์โทรศัพท์สมาร์ตโฟน ของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 2(1), 1-15.  
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmutsb-hs/article/view/97859>
- พรพิมล คงฉิม. (2554). การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม. เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. คลังสถาบัน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (SWU IR).  
<https://ir.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/1196>
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวใน อำเภอ ปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด.  
<https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=99180>
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). การประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (รายงานการวิจัย). สำนักหอสมุดกลาง, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
<http://ir.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/2096>
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. Chiang Mai University [CMUIR].  
<http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/18898>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. นานมีบุค พับลิเคชันส.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษาระดับปริญญาโทที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU RESEARCH รวมงานวิชาการ. <http://dspace2.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/450>
- วรรณี แก้วไพรินทร์. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU RESEARCH รวมงานวิชาการ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4978>
- วิจิต อุอ่อน. (2550). การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. พรินท์แอนด์มี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศิโสสม ดวงรักษา. (2558). *เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU RESEARCH รวมงานวิชาการ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1708>
- ศิริวรรณ จันทวงศ์. (2557). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. <https://bit.ly/3Ob4q6q>
- ศุภัตรา ฮวบเจริญ. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 12(2), 82-93. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/102332>
- สกรรจ์ จันทรัตน์ และ สงบ ส่งเมือง. (2532). *การเริ่มต้นพัฒนาการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณคดีเมืองสงขลาเก่า*. กองโบราณคดี กรมศิลปากร.
- สมชาติ อุ่อ้น. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน*. เอกสารประกอบการสอนภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/1151>
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). *ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยว รายงานการท่องเที่ยว 2562*. จังหวัดสงขลา.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์ (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง* (รายงานการวิจัย). สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุนิสา มุณีเมธี และ เก็ดถวา บุญปรากฏ. (2556, 10 พฤษภาคม). *พื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา: การทำสถาปัตยกรรมให้กลายเป็นสินค้า ภายใต้บริบทการท่องเที่ยว*. ใน ทศนีย์ ประธาน (บ.ก.), *การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4* (น. 53-64). มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่. <https://bit.ly/3OXdgFn>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)*. เอกสารประกอบการสอน ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภาพ ประภาสวัสดี้. (2554). *ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร* [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU RESEARCH รวมงานวิชาการ.  
<http://dspace2.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/554>
- สุวิมล คนไฉ และ พันธุ์ลี รวมรัมย์. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเพณีขึ้นเขานพนรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 14(1), 194-204.  
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/vrurdihsjournal/article/view/184340>
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อิงอร ยิ้มมุก. (2559). *ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. คลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR). <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/55678>
- Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of Psychological Testing* (3rd ed.). Harper & Row.
- Cullen, R. (2001). Perspectives on user satisfaction surveys. *Library Trends*, 49(4), 662-686.
- Dickman, C. R. (1996). *Overview of the impacts of feral cats on Australian native fauna* (pp. 1-92). Australian Nature Conservation Agency.
- Pelasol, J. R., Michelle, A. T., Tayoba, M. E., Jugado, K., & Lahayhay, C. (2012). Igcabugao: a potential tourist destination in the southern part of Iloilo, *JPAIR Multidisciplinary journal*.
- Pike, S. (2008). *Destination marketing :an integrated marketing communication approach*. Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Student. (1908). The probable error of a mean. *Biometrika*, 6(1), 1-25.
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. John Wiley & Sons.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.

## ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์**



**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว**  
**ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา**

.....

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

อนึ่ง ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ ทุกความคิดเห็นของท่านจักเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา และช่วยในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้อยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

นางภคมน หงษ์คู  
หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต







ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความพึงพอใจของท่านต่อย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</b>					
17. สถานที่ท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและหลากหลาย เช่น อาคารบ้านเรือน สตรีทอาร์ต จุดชมวิว จุดเช็คอิน เป็นต้น					
18. พืชพันธุ์ที่อยู่ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เช่น บ้านนคร ใน บ้านนครนอก โรงสีแดง มีความสวยงามและกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา					
19. ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีบรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี เหมาะแก่การเดินเที่ยวชม					
20. สถานที่ท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีความสะอาด					
21. ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา มีสินค้าพื้นเมืองที่มีความน่าสนใจ และมีราคาที่เหมาะสม					
<b>ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว</b>					
22. การคมนาคมขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและมีความปลอดภัย					
23. มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
24. สภาพถนนในการเดินทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีความสะดวกในการเดินทาง					
25. มีรถสาธารณะที่เพียงพอต่อการเดินทาง					
26. อัตราค่าโดยสารมีราคาที่เหมาะสม					

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<b>ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม</b>					
27. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
28. อาหารมีความหลากหลาย เช่น อาหารพื้นถิ่น อาหารไทย อาหารนานาชาติ อาหารฟิวชั่น เป็นต้น					
29. รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม มีความอร่อย					
30. ร้านอาหารสะอาด ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศดี					
31. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและพูดจาไพเราะ					
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
32. ท่านได้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดสงขลา โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศาลเจ้าฯ ดูแล และให้คำแนะนำในการไหว้เจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอย่างดี					
33. ท่านได้นั่งรถรางชมเมืองสงขลา พร้อมได้รับฟังบรรยายความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ต่าง					
34. ท่านได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ (บ้านนครใน / บ้านนครนอก / โรงสีแดง) โดยมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเข้าชมเป็นอย่างดี					
35. ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับสตรีทอาร์ต ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ					
36. ท่านได้ถ่ายรูปคู่กับโบราณสถาน ในย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา โดยไม่มีสิ่งกีดขวางบดบังรูปภาพ					
37. ท่านได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ของจังหวัดสงขลา ในบรรยากาศที่สวยงาม					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
38. มีรถรางที่สะอาด ปลอดภัย ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
39. พื้นที่ในโบราณสถานและพิพิธภัณฑ์ มีเพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว					

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่า	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
40. มีจุดแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เห็นง่าย และชัดเจน					
41. มีจำนวนห้องน้ำเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวและมีความสะอาด					
42. มีร้านอาหาร อย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และมีร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในบริเวณย่านเมืองเก่า					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อคิดเห็นอื่นๆ

.....

.....

.....

**ภาคผนวก ข**  
รูปภาพการเก็บข้อมูล











