

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี

Factors Affecting Tourists' Decision in Travelling to the Bridge Over the River Kwai, Kanchanaburi Province

ชนพงษ์ อารณพิศาล / Chanapong Arpornpisa

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม / Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

E-mail: chanapongs@hotmail.com

เพ็ชรารณ ชัชวาลชาญชนกิจ / Petcharaporn Chatchawanchanchanakij

ภาควิชาภาควิชาพื้นฐานทั่วไป สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
จังหวัดชุมพร / Department of Business and Administration, King Mongkut's Institute of Technology
Ladkrabang Prince of Chumphon Campus

E-mail: petch2007@hotmail.com

พรรณรัตน์ อารณพิศาล / Pannarat Arphonpisan

ภาควิชาภาควิชาพื้นฐานทั่วไป สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
จังหวัดชุมพร / Department of Business and Administration, King Mongkut's Institute of Technology
Ladkrabang Prince of Chumphon Campus

E-mail: panara7979@hotmail.com

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 9 พฤษภาคม 2564

แก้ไข 22 พฤษภาคม 2564

ตีพิมพ์ 31 พฤษภาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการตัดสินใจมาท่องเที่ยว สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน 2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านการดึงดูดใจ (X_1) ด้านที่พัก (X_4) การเข้าถึง (X_2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_3) และด้านกิจกรรม (X_5) โดยเขียนสมการทำนายการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว ได้ดังนี้ $\hat{Y}_{tot} = .483 + .244 (X_1) + .227 (X_4) + .212 (X_2) + .189 (X_3) + .146 (X_5)$

คำสำคัญ: การตัดสินใจมาท่องเที่ยว, สะพานข้ามแม่น้ำแคว, จังหวัดกาญจนบุรี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study tourism factors levels and tourist's decision in travelling to the bridge over the River Kwai, Kanchanaburi Province and 2) to study the factors of tourism components affecting tourists decision to visit the bridge over the River Kwai, Kanchanaburi Province. The results of the study found that 1) the opinion level of tourism factors in overall and in each aspect were at a high level, the tourist decision to visit in the whole and each item were at a high level and 2) factors affecting tourists' decision in travelling to the bridge over the River Kwai, Kanchanaburi Province are the area of attraction (X_1), accommodation (X_4), access (X_2), facilities (X_3) and activities (X_5) by writing the equation for predicting the tourists decision to visit the bridge over the River Kwai as follows: $\hat{Y}_{tot} = .483 + .244 (X_1) + .227 (X_4) + .212 (X_2) + .189 (X_3) + .146 (X_5)$.

Keywords: Decision to travel, Bridge on the River Kwai, Kanchanaburi Province

บทนำ

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน ตั้งอยู่ทางด้านใต้ของจังหวัดกรุงเทพมหานครเพียง 200 กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลาย ทั้งในเชิงวัฒนธรรม สุขภาพ เกษตรและนิเวศ อีกทั้งมีสินค้าเกษตรและสินค้า OTOP และเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี นั้นได้รับความนิยมค่อนข้างมาก ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว (ทิวทัศน์ไทยดอทคอม, 2559) ซึ่งมีความสวยงามเป็นอย่างมากและสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ยังคงมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 3.42 โดยแบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.72 และเป็นชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 22.96 จะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนการเพิ่มที่มากกว่าชาวไทยอย่างเห็นได้ชัดเจน ในการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพักเฉลี่ยประมาณ 2.5 วัน จะเห็นว่าอัตราการคงที่จากปีที่ผ่าน โดยใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 1,287.13 บาท มีอัตราการเพิ่มเพียงร้อยละ 0.95 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมของทั้งประเทศ จะพบว่าการเพิ่มขึ้นของตัวเลขการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีไม่ได้เป็นส่วนตามการเติบโตของการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะระยะเวลาพักเฉลี่ยที่ค่อนข้างน้อย ส่งผลให้การใช้จ่ายน้อยตามไปด้วย

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งจะสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการนำมาวางแผนทางการตลาด ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาพัก ตลอดจนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอันจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดกาญจนบุรีได้อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

Dickman (1996) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักหรือองค์ประกอบ 5A คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity)

Pike (2008) กล่าวถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่นๆ ให้แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมา เยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ความสามารถในการจัดความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

Tourism Western Australia (2008) ได้กล่าวถึงทฤษฎี 5A ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) กิจกรรม (Activities) 3) การเข้าถึง (Access) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 5) ที่พัก (Accommodation)

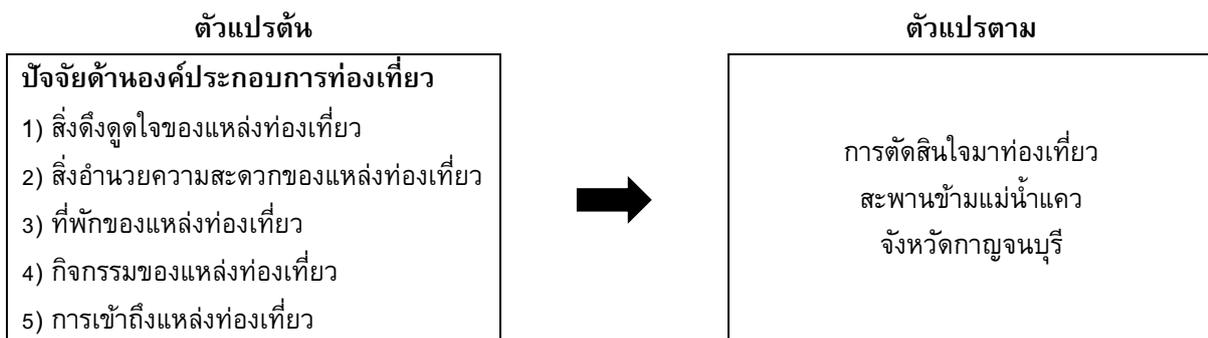
จูไรต์นั กิรติบุรณะ (2550) กล่าวว่า สามารถแบ่งการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ แรงจูงใจ ทศนคติ บุคลิกภาพ และการเรียนรู้ 2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรมในมุมมองของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการเข้าถึง ที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดองค์ประกอบเรื่องการท่องเที่ยวของ ดิกซ์แมนด์ (Dickman 1996) 5As ดังสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังภาพ



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินงานวิจัยดังนี้ **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 899,491 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี, 2562) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ได้จากสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane,1967) ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ใช้การสุ่มเลือกตัวอย่างด้วยวิธีโดยบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้เอาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่าค่ามาตรฐานที่ 0.5 ผลการพิจารณานั้นสอดคล้องทุกข้อ หลังจากตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยได้ค่า 0.897

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากปรับปรุงคุณภาพของแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ (%) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีเอนเทอร์ (enter) เพื่อทดสอบสมมติฐานแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาอายุต่ำกว่า 21 ปี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.3 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงนามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 39.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 32.8

ระดับความคิดเห็นปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) ด้านที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$)

ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชอบมาใช้เวลาวางกับครอบครัว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$) และแนะนำให้เพื่อนหรือผู้รู้จักมาท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เชื่อมั่นในความสะอาดของอาหารและราคา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) มีทัศนคติที่ดีต่อการมาท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) มีแรงจูงใจที่ดีในการมาท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) พอใจกับบริการและธรรมชาติ และ รับรู้ถึงความน่าสนใจของสะพานข้ามแม่น้ำแคว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) ก่อนที่จะนำเสนอผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้นที่สำคัญของสถิติอ้างอิงที่ใช้ ดังนี้ วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างตัวแปรอิสระ จะต้องมีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.80 ทั้งทางบวกและลบ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) ค่าที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง .546 - .696 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พิจารณาร่วมกับค่า VIF (Variance Inflation Factors) ค่า VIF ต้องมีค่าไม่เกิน 10 (Belsley, 1991) ซึ่งค่าที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.986-2.758 ซึ่งผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและค่า VIF

องค์ประกอบ การท่องเที่ยว		การดึงดูดใจ	การเข้าถึง	สิ่งอำนวยความสะดวก	ที่พัก	กิจกรรม
การดึงดูดใจ	Pearson Correlation		.696	.621	.546	.550
การเข้าถึง	Pearson Correlation			.696	.646	.616
สิ่งอำนวยความสะดวก	Pearson Correlation				.670	.623
ที่พัก	Pearson Correlation					.615
กิจกรรม	Pearson Correlation					
VIF		2.130	2.758	2.528	2.198	1.986

สรุปเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุ จึงทำการอ่านผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุด้วยวิธีแบบขั้นตอน (enter) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ตัวแปร	β	Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่ (Constant)	1.854	.170		8.873	.000
ด้านการดึงดูดใจ	.244	.046	.181	3.153*	.002
ด้านการเข้าถึง	.212	.051	.415	2.229*	.019
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.189	.050	.111	1.771*	.007
ด้านที่พัก	.227	.046	.288	4.947*	.000
ด้านกิจกรรม	.146	.046	.178	3.213*	.001
R = .626	R Square = .592	Adjusted R Square = .384	Standard Error = .266		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านการดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และ ด้านกิจกรรม ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานทั้ง 5 สมมติฐาน

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว สามารถทำนายการผันแปรของการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว ได้ร้อยละ 59.2 โดยเรียงลำดับค่าอิทธิพลความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ คือ ด้านการดึงดูดใจ (X_1) ด้าน

ที่พัก (X_4) การเข้าถึง (X_2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X_3) และด้านกิจกรรม (X_5) หรือ โดยเขียนสมการทำนายการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว ได้ดังนี้

การตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี

$$\hat{Y}_{\text{tot}} = .483 + .244 (X_1) + .227 (X_4) + .212 (X_2) + .189 (X_3) + .146 (X_5)$$

สรุปและอภิปรายผล

ผลความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) รายด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) ด้านที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sthapit. (2013) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ประสบการณ์ท่องเที่ยว: การทดสอบด้วยมาตรวัดประสบการณ์ความทรงจำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา โรวานินมี แลปแลนด์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นและความแปลกใหม่เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวและยังเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้ประสบการณ์และกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการทำการวัดความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านต่างๆ โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยว หลังจากทำการวัดพึงพอใจโดยใช้มิติการวัดประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experiential Dimensions) จึงทำให้การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำได้

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และ ด้านกิจกรรม ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สมบัตินนทา. (2555) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก และการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวจีน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธนา คำพา (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรมุ่งไปที่ประเด็นการจัดการเข้าถึงสถานที่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่มาสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี สามารถเข้าถึงได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
- 2) ควรให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนบุคคล อาจทำการเพิ่มกิจกรรมในสถานที่หรือออกสื่อแนะนำ ชักชวนให้มาท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเลือกมาเที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *ประเภทการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/archcommunitydevelopment/tourism>.

จุไรรัตน์ กิริติบุรณะ. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทัวร์ออนไทยดอทคอม. (2559). *เที่ยวกาญจนบุรี*. สืบค้นจาก <http://touronthai.com>.

วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา | ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)

- ยุทธนา คำพา. (2557). *องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว
เขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน*. สืบค้นจาก [http://www.ex-mba.buu.ac.th/ACADEMIC/Poster2015/
poster063.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/ACADEMIC/Poster2015/poster063.pdf)
- สำนักงานสถิติจังหวัดกาญจนบุรี. (2556). *จำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก
<http://123.242.156.42/nkpathomstat>.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้า พริน
ติ้ง จำกัด.
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). *พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- Belsley, D. (1991). A Guide to using the collinearity diagnostics. *Computer Science in Economics and
Management*. 4, 33-50.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. 2nd ed. Sydney: Hodder Education.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated marketing communication approach*. Burlington:
Butterworth-Heinemann.
- Sthapit, E (2013). *Tourists' perceptions of memorable experiences: Testing the Memorable Tourism
Experience scale (MTEs) among tourists to Rovaniemi, Lapland*. Pro Gradu Thesis, University of
Lapland.
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*. Retrieved from [www.tourism.wa.gov.au/jumpstart
guide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf](http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstart/guide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf).
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis*. 2nd ed. New York: Harper & Row.