

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สะพานรักษ์
แสม จังหวัดระยอง

Tourism behaviors Satisfaction and Decision-making in tourism for the
Ecotourism, Raksamae Bridge Rayong province

ศิริพร บุตรสนม*
(Siriporn Butsanom)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.ศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง 2.ศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง 3.ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจงและการเก็บตัวอย่างแบบโควต้า รวมทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ (Chi-Square) และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA สถิติที่ใช้คือ (F-test) ในกรณีที่ทดสอบแล้วมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ โดยใช้วิธีการทดสอบ (LSD Test) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้สถิติ ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า

1) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศและอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหารการสื่อสารการตลาดและองค์กร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี 20000 ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.เขื่อนารัตน์ พันธุ์เพ็ง

Thesis, Master of Communication Arts, Management of Marketing and Corporate Communication, Faculty of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi 20000

Corresponding author: sbutrsnm@gmail.com

2) นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองในภาพรวมและรายด้านทุกด้านเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ การตัดสินใจท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ABSTRACT

The purposes of this survey research were: 1) to study the different between the demographic characteristics and tourism behavior, 2) to study the different between tourism behavior and tourism satisfaction, and 3) to study the relationship between tourism satisfaction and decision-making for the ecotourism in Raksamae Bridge area, Rayong province. The quantitative research was applied to collect the data from 400 Thai tourists, who traveled to Raksamae Bridge area, Rayong province, by purposive and quota sampling. The data analyzed by the statistical computer program to find the percentage, mean and standard deviation. The statistical method of Chi-Square Test was used in hypotheses testing and One-way Analysis of Variance. The statistics used in testing are F-test, LSD Test and Bivariate Correlation analyzed by using Pearson's Correlation Coefficient.

The study shows that 1) the difference of demographic characteristics influences tourism behavior at the 0.05 significant level. (Except on the gender and occupation factor) 2) Tourism behavior influences the tourism satisfaction at the 0.05 significant level. 3) It was noticed that the tourism satisfaction plays an important role toward the making decision of tourism in every aspect with hypothesis-tested.

Keywords: Tourism behavior, Satisfaction, Decision-making in tourism, Marketing Mixed, Ecotourism

Article history: Received 13 November 2020
Revised 18 December 2020
Accepted 28 January 2021
SIMILARITY INDEX = 5.43 %

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเพราะนอกจากจะสร้างรายได้ที่มีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าและการบริการโดยรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อีกทั้งยังก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เกิดกระแสเงินหมุนเวียนจากคนไทยเที่ยวในประเทศไทย และสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยปีละหลายล้านบาทอีกด้วย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ในปัจจุบัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดของประเทศไทย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคและแนวโน้มในระยะอีก 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ ก็ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ทะเลและชายหาด ซึ่งมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่งมาจากการแพร่หลายของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์ หรือสื่อสังคมดิจิทัล และความต้องการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ บ่งชี้ถึงนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ecotourism Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่า การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย สถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตั้งอยู่บริเวณลุ่มน้ำคลองท่าตาโบย หมู่ 2 ต.เนินซ้อ อ.แกลง จ.ระยอง เป็นแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศในการอนุรักษ์สัตว์น้ำ อันเป็นทรัพยากรสมบัติอันมีค่าทางธรรมชาติของป้าชายเลน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาในครั้งนี้ไปพัฒนาต่อยอดปรับปรุงในส่วนต่างๆ ของสถานที่สะพานรักษ์แสมให้ดีกว่าเดิม และทำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถช่วยกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในท้องถิ่นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2551: 11) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความคาดหวังและความพึงใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยองในครั้งนี้ประกอบด้วย ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยววัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาของการท่องเที่ยว ลักษณะของการท่องเที่ยว ประเภทที่พัก กิจกรรมที่สนใจค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว วัน-เวลาในการท่องเที่ยว และลักษณะการรับประทานอาหารในการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มนตรี เญียบแหลม (2536: 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริหาร ทั้งนี้ใช้การวัดความพึงพอใจ เพื่อเป็นการวัดความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะหนึ่งลักษณะใด (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2548: 153) ดังนั้นการวัดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยองในครั้งนี้ จึงใช้การวัดความพึงพอใจในด้านต่างๆ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามความหมายเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2548: 49)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535: 185) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าหมายถึง การเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลาย ๆ ทางเลือก โดยอาศัยทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียวที่สามารถตอบสนองเป้าหมาย หรือความต้องการของผู้เลือกได้ และการตัดสินใจโดยใช้วิธีการเร่งรัดการตัดสินใจในการท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยใช้การสร้างแตกต่างตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4'Ps) ของ Kotler (1999) เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การดำเนินงานของกิจการจะประสบความสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และเพื่อเป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี จะต้องประกอบด้วยปัจจัยด้านกระบวนการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552: 22) และการเน้นการสร้าง การนำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว จะต้องประกอบด้วยปัจจัยด้านกายภาพด้วยเช่นกัน (มนรัตน์ ใจเอื้อ, 2550: 45) ดังนั้นการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองในครั้งนี้ จึงใช้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวภายใต้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรินทร์ บุญนุ่น ลัดดา ทองตั้ง และวันดี นวนสร้อย (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่างเทศกาลกินเจ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อาชีพ และสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สุธีรา คงอยู่ และปรียา รินรัตนกร (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวภูเก็ตที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน

อังคณา ดิษฐวงษ์ และวงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดกำแพงเพชรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ เมื่อมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรมากขึ้น ทำให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในอนาคตมากขึ้นด้วย ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัดของประชากร ดังนั้นในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (อภินันท์ จันตะนี, 2550: 25) โดยกำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมจำนวนประชากรทั้งหมดมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น 400 คน ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทางออนไลน์ผ่าน Facebook Fanpage จำนวน 400 คน โดยต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากเพจสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง จำนวน 200 คน ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ทำการเลือกเพศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยได้กำหนดให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงเท่ากัน คือ จำนวนละ 100 คน จากเพจท่องเที่ยวทั่วไทยไม่ไปไม่รู้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) โดยการนำไปทดลอง (pre-test) กับกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จำนวน 40 ชุด และทดสอบด้วยค่าสถิติ Alpha ของ Cronbach coefficient โดยแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 และแบบสอบถามการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลในพื้นที่จริงได้

จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA ในกรณีที่ทดสอบแล้วมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธีการทดสอบ LSD และการวิเคราะห์ค่าสัมพันธแบบเพียร์สัน

4. ผลการวิจัย

4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.80) มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (ร้อยละ 43.80) เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 38.50) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 41.30) และมีภูมิลำเนาเป็นบุคคลที่เกิดในพื้นที่จังหวัดระยอง (ร้อยละ 62.50)

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม 1-2 ครั้ง/ปี (ร้อยละ 38.30) มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 72.00) แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสะพานรักษ์แสมจากสื่อสมัยใหม่ (Facebook, Instagram, google) (ร้อยละ 41.00) เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว (ร้อยละ 37.30) เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 75.00) ระยะเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว 1 วัน (ไม่พักค้างคืน) (ร้อยละ 54.80) ลักษณะของการมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมคือ ไป-กลับ (ร้อยละ 53.30) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีประเภทของที่พก (ร้อยละ 30.00) สำหรับกิจกรรมที่สนใจในการมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมคือ การถ่ายรูปตามบริเวณจุดต่างๆ (ร้อยละ 33.00) ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 68.30) วันในการเดินทางท่องเที่ยวคือวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) (ร้อยละ 52.50) และลักษณะการรับประทานอาหารในการมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมคือ การใช้บริการร้านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 66.00)

4.3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) รองลงมาคือด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X}=4.21$) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.18$) ด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.17$)

4.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านกายภาพส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง มากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=4.21$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.20$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=4.19$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.16$) และด้านราคา ($\bar{X}=4.15$)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศและอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ความพึงพอใจโดยรวม	
	F	sig
ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อปี)	4.007	0.00*
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.503	0.68
แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว	2.249	0.08
ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	1.708	0.14
ลักษณะของการเดินทาง	5.827	0.00*
ระยะเวลาของการท่องเที่ยว	11.266	0.00*
ลักษณะของการท่องเที่ยว	21.684	0.00*
ประเภทที่พักของการท่องเที่ยว	1.103	0.36
กิจกรรมที่สนใจในการมาท่องเที่ยว	5.416	0.00*
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	2.804	0.04*
วัน-เวลาในการท่องเที่ยว	1.941	0.12
ลักษณะการรับประทานอาหาร	8.569	0.00*

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้าน ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อปี) ลักษณะของการเดินทาง ระยะเวลาของการท่องเที่ยว ลักษณะของการท่องเที่ยว กิจกรรมที่สนใจในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และ ลักษณะการรับประทานอาหาร

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง

	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง	ค่าสหสัมพันธ์	P
ความพึงพอใจต่อการ ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง	ด้านผลิตภัณฑ์	0.762**	0.00**
	ด้านราคา	0.737**	0.00**
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.714**	0.00**
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.721**	0.00**
	ด้านกระบวนการ	0.688**	0.00**
	ด้านกายภาพ	0.715**	0.00**
โดยรวม		0.827	0.00**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูงมาก ก็จะมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองโดยรวมในระดับสูงมากเช่นกัน โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูงมาก ($r = 0.827$)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.1.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ รายได้ และภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชรินทร์ บุญนุ่น ลัดดา ทองตั้ง และวันดี นวนสร้อย (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่วงเทศกาลกินเจ ผล

การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อาชีพ และสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

5.1.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธีรา คงอยู่ และปรียา รินรัตนกร (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวภูเก็ตที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน

5.1.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูงมาก ก็จะมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองโดยรวมในระดับสูงมากเช่นกัน โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูงมาก ($r=0.827$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังคณา ดิษฐวงษ์ และวงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดกำแพงเพชรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ เมื่อมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรมากขึ้น ทำให้มีการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในอนาคตมากขึ้นด้วย ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก ($r=0.901$)

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมคือ จากสื่อสมัยใหม่ (Facebook, Instagram, google) ซึ่งอย่างไรก็ตาม สื่อออนไลน์ยังมีข้อจำกัดสำหรับคนบางกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ หรือคนพิการ ดังนั้นเจ้าหน้าที่สะพานรักษ์แสมและเทศบาลตำบลเนินฆ้อ จำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมแบบบูรณาการ ใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม โดยใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ให้หลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับ โบชัวร์ Call Center และอีเมล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เกิดการรับรู้และตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมมากยิ่งขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อย่างไรก็ตามความพึงพอใจที่พบอยู่ในระดับมาก ดังนั้นเจ้าหน้าที่สะพานรักษ์แสมและเทศบาลตำบลเนินฆ้อ ควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ให้สถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมเป็นที่รู้จักให้กว้างขวางมากกว่านี้ เนื่องจากแหล่งข้อมูลของสถานที่ที่ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก จึงต้องการให้ทางสถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจัดการในส่วนข้อมูลของสถานที่ต่างๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การระบุวันเวลาและการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆเกี่ยวกับสถานที่ และต้องมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นได้ เพื่อเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ และส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจนกลายเป็นแลนด์มาร์คในจังหวัดระยอง

3. การตัดสินใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าด้านกายภาพ เป็นประเด็นที่ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองมากที่สุด ดังนั้นเพื่อให้สะพานรักษ์แสมจังหวัดระยองเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนต่อไป ควรมีการฟื้นฟู ปกป้องและสงวน รักษาด้วยการจัดการทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมและโครงการแหล่งท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม ได้อย่างตรงจุดและเป็นรูปธรรม

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรลงพื้นที่เก็บข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสม จังหวัดระยองโดยตรง เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแล้ว กับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวขณะนั้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาต่อไป

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สะพานรักษ์แสม จังหวัดระยอง เพื่อนำผลจากการศึกษามาพัฒนาและปรับปรุงในสถานที่ท่องเที่ยวสะพานรักษ์แสมจังหวัดระยอง ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว รายไตรมาส. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=315
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). ยุทธศาสตร์และนโยบาย. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563 จาก <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=5500>
- จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2548). การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลในการวิจัยโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 10-12. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส.พี.เอ็น การพิมพ์ จำกัด.
- พัชรินทร์ บุญนุ่น ลัดดา ทองตั้ง และวันดี นวนสร้อย. (2563). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่างเทศกาลกินเจ. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 12(2) , 135-148.
- มนตรี ฉะยมแหลม. (2536). รายงานการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในภาวะหน้าที่และงานของเกษตรอำเภอ ในจังหวัดภาคเหนือ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนรัตน์ ใจเอื้อ. (2550). การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษา : กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2535). ความลับขององค์การ "พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่". (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ธรรมนิติ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D. พระนครศรีอยุธยา: ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุธีรา คงอยู่ และปรียา รินรัตนกร. (2560). พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูเก็ต. วารสารช่อพะยอม, 28(1), 231-235.
- อังคณา ดิษฐวงษ์ และวงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2563). การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดกำแพงเพชร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 24(2), 46-57.
- Kotler, P. (1999). Marketing management analysis, planning and control. (10th ed). New Jersey: Prentice Hall.