

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดอุบลราชธานี

The Guidelines to Promote Tourism in Ubon Ratchathani to Conform to the Visitor Behavior

เชมจิรา หนองเป็ด¹

สุวภัทร ศรีทองแสง²

ยุวดี จิตต์โกศล³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาในปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ มักจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วง วันเสาร์-อาทิตย์ ในเดือนกรกฎาคม ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อน มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะนั้น โดยมีการพักค้างคืน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินระหว่าง 2,001 - 3,000 บาทต่อคน

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ซึ่งผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเป็นครั้งแรก และคาดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี แหล่งข้อมูลที่ผู้มาเยือนชาวไทยใช้ในการสืบค้นข้อมูลคือเฟซบุ๊ก (facebook) และสื่อบุคคล (ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่พัก องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบด้านที่พัก แต่ไม่พึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการจัดทำข้อมูลเพื่อแนะนำช่วงเวลาหรือฤดูกาลที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุบลราชธานี และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแก่ผู้มาเยือนชาวไทยเพื่อประกอบการตัดสินใจและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว มีการพัฒนากิจกรรมให้มีรูปแบบที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนชาวไทยมีส่วนร่วมกับกิจกรรม ผู้ประกอบการด้านที่พักควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านที่พักทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อสร้างความร่วมมือในส่งต่อและการกระจายผู้มาเยือนชาวไทยไปยังพันธมิตรทางธุรกิจ จัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานผู้ให้บริการทั้งทักษะการปฏิบัติงานบริการตามตำแหน่งงาน การพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจในการบริการแก่ผู้มาเยือนชาวไทย พัฒนารถโดยสารสาธารณะให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น จัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน ตลอดจนรักษาและตรวจสอบป้ายบอกทางให้อยู่ในสภาพดี มีการตรวจสอบและดูแลสภาพผิวถนนให้อยู่ในสภาพดี ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมสำหรับการให้บริการแก่ผู้มาเยือนชาวไทย ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์ให้บริการผู้มาเยือน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ห้องน้ำป้ายสื่อความหมาย ป้ายห้ามและป้ายเตือน ร้านอาหารที่มีคุณภาพ จอดรถ ตู้เอทีเอ็ม ตลอดจนส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยว การบริหารงานทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการสื่อสารภาพลักษณ์

ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ชัดเจน พัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยในปัจจุบัน

คำสำคัญ ความคาดหวัง การรับรู้ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ผู้มาเยือนชาวไทย

Abstract

This mixed-method research which integrated both quantitative and qualitative methodology aimed 1) to study Thai visitors' behavior who traveled to Ubon Ratchathani, 2) to examine Thai visitors' satisfaction towards tourism components in Ubon Ratchathani province and, 3) to propose guidelines to promote tourism in Ubon Ratchathani province in consistency with Thai visitors' behavior who traveled to Ubon Ratchathani province. Accordingly, this research applied descriptive statistics including frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and descriptive analysis.

The results revealed that most Thai visitors who traveled to Ubon Ratchathani province were female aged between 21-30 years old holding a bachelor's degree and being employed by private sector. Also, these visitors were reported to earn 20,001-30,000 baht per month, reside in Sisaket province, and often traveled to Ubon Ratchathani province on Saturdays and Sundays in July. Accompanied by friends, most of these visitors managed their travel programs for purposes of leisure. They traveled by private cars, stayed overnight and spent 2,001 - 3,000 baht per person on the trip expenses. In addition, most of the visitors were first-time comers to Ubon Ratchathani province and were expected to revisit. The information resources which they relied on included facebook and population media (relatives, friends, and acquaintances).

Regarding to the data obtained from the visitors concerning potentiality of 5 tourism components in Ubon Ratchathani province to facilitate the Thai visitors including attractions, activities, accommodations, accessibility, and amenities, it was found that the visitors were satisfied with the components of attractions and accommodations; nonetheless, they were dissatisfied with the elements of activities, accessibility, and amenities.

The guidelines to develop tourism in Ubon Ratchathani province include tourist information prepared by tourism-related agencies to introduce suitable time or season to visit each attraction in Ubon Ratchathani province. Moreover, there should be public relation distributing information to help the visitors make decision and plan their trips, development on various patterns of activities, and opportunity for the visitors to participate in the activities. On the part of accommodation entrepreneurs, there should be development on entrepreneurial network both within and in the vicinity of the province so as to create cooperation to refer and distribute the visitors to other business alliances. Additionally, the service staff should receive trainings on practical skills appropriate to their positions as well as on communication development in order to provide service satisfaction for the visitors.

Furthermore, public transportations should be developed to provide more comfort. Along with this, guide signs for tourist attractions should be unambiguous, well-maintained and in good condition. Such maintenance should extend to include an inspection and repair of road surface. Besides, the amenities should be constantly improved to readily provide service to the visitors, for example visitor information center, local tour guides, restrooms, signages, prohibition signs, warning signs, quality food shops, parking space, and automatic teller machines. In addition, there should be promotion on tourism management,

integrated tourism administration among tourism-related agencies both in public and private sectors, explicit communication on tourism image of the province, and development on marketing communication through various mediums which are consistent with contemporary behavior of the visitors.

Keywords: Expectation, Recognition, Tourism elements, Visitors

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมเป็นกลไกหลักที่ช่วยขับเคลื่อนและรักษาเสถียรภาพที่ทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทยก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น รวมถึงมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้มาเยือนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันยังมีการส่งเสริมให้ประชาชนภายในประเทศมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีบทบาทในการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งมีส่วนในการลดปัญหาการกระจุกตัวของผู้มาเยือนอีกด้วย (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2556 – 2560)

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี พ.ศ.2559 ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) ที่มีอัตราการขยายตัวของจำนวนผู้มาเยือนสูงกว่าอัตราการขยายตัวของปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากนโยบายของรัฐบาลที่ให้ผู้มาเยือนชาวไทยสามารถนำค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการท่องเที่ยวในประเทศมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในช่วงต้นปี รวมทั้งวันหยุดยาวที่มีอย่างต่อเนื่องเกือบทุกเดือนในรอบปี นอกจากนั้นภาคเอกชนยังมีการนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวในประเทศที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นค่าโดยสารเครื่องบินในประเทศ และค่าที่พักรองรับกับนโยบายการลดหย่อนภาษีของรัฐบาล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์: 2560) ส่งผลให้ผู้มาเยือนเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลจำนวนตัวเครื่องบินภายในประเทศที่ได้รับการค้นหาในครึ่งแรกของปี พ.ศ.2559 “10 อันดับเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมประจำปี พ.ศ.2559” ได้แก่

กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต สงขลา กระบี่ อุดรธานี อุบลราชธานี เชียงราย สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น ตามลำดับ (Orawee Hodge. ออนไลน์: 2560)

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดเดียวในภูมิภาคอีสานใต้ที่ได้รับความสนใจจากผู้มาเยือน และจากการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่าจังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางด้านเกษตร ศาสนา โฮมสเตย์ ศิลปหัตถกรรมประเพณี วิถีชีวิต และกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวที่มีอยู่ในพื้นที่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือนได้ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการเติบโตของจำนวนผู้มาเยือนที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาข้อมูลสถิติผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี พ.ศ 2559 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 198,787,558 ครั้ง แต่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีมีเพียง 2,625,779 ครั้ง (กรมการท่องเที่ยว. ออนไลน์: 2560) เมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีพบว่ามีเพียงร้อยละ 1.32 ซึ่งถือได้ว่าเป็นอัตราส่วนที่น้อยมาก นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยของจังหวัดที่ผ่านมา พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ผ่านมา ยังมีโครงการการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดยังมีจำนวนน้อย และไม่มีการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานียังไม่เติบโตเต็มที่มีเสถียรภาพ

ดังนั้นเพื่อให้เกิดการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนชาวไทยซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีทั้งที่มีการพักค้างคืนและ

ไม่พังก้างคั้น โดยครอบคลุมประเด็นต่างๆ เช่น รูปแบบการเดินทาง การใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการพำนัก ช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก ยานพาหนะในการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวขณะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบและเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือนชาวไทยที่เป้าหมาย ในขณะเดียวกัน การศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี โดยการศึกษาความคาดหวังก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว และการรับรู้เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้มาเยือนก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการศึกษาควบคู่กันไป เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายในจังหวัดที่สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือนชาวไทยได้ โดยผลการศึกษาดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป อันจะนำไปสู่การเดินทางทางท่องเที่ยวซ้ำและการสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2.2 ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

3. แนวคิดและกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.1 แนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติดังหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อมและหรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะ สังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใด สิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง (สุวิรัตน์ โสภณศิริ. 2554) การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศประเทศอายุ เพศ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว การใช้จ่ายใช้สอย หรือกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ข้อมูลเหล่านี้นี้ย่อมมีประโยชน์ต่อการวางแผนและการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ วลัยพร รุ่งตระกูลไพบูลย์ (2557) กล่าวว่าการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเด็น

1. ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว (Tourist profiles)
2. นักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist arrivals)
3. จำนวนวันพักเฉลี่ย (Average length of stay)
4. ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure)
5. เหตุผลในการท่องเที่ยว (Reason of visit)
6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและ

พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

3.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

Dickman (1996 อ้างอิงจาก ศุภรดา มาจันทร์. 2558) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ว่า แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism

Product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือ องค์ประกอบ 5A องค์ประกอบ 5A ประกอบด้วย ดังนี้

1. ที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการ ที่เหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

2. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ และเป็นທີ່โด่งดัง และโดยทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่าง เช่น ภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น หาดทราย กิจกรรมทางน้ำ สถาบันเชิงต่าง ๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

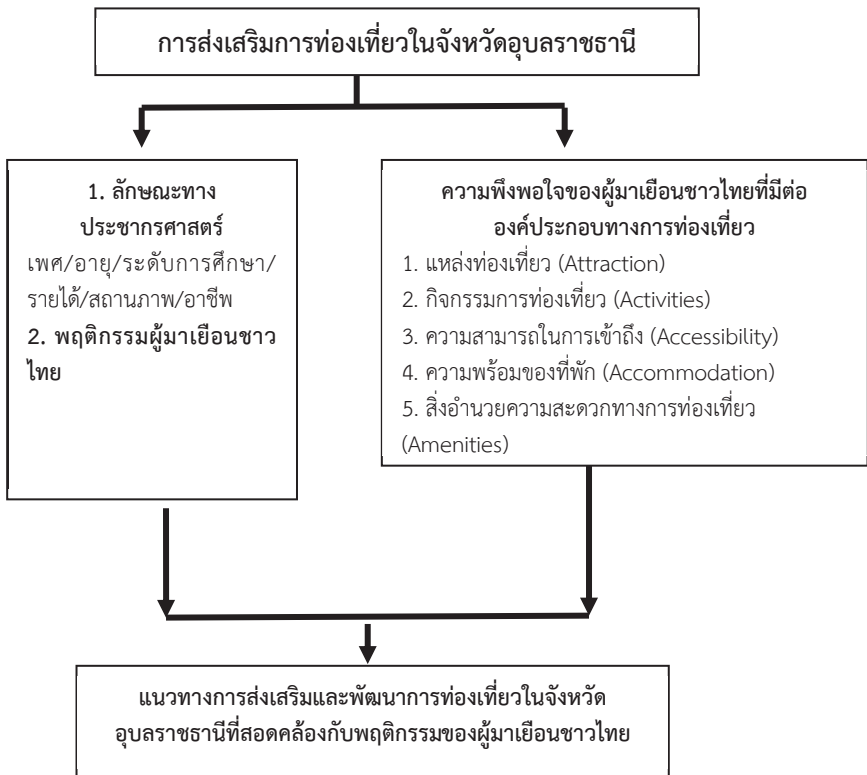
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง มีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenity) ซึ่งหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงาน ไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน

5. กิจกรรมต่าง ๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น และ กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น

3.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามความคาดหวังหรือเท่ากับความคาดหวัง และรวมถึงผลการปฏิบัติงานที่เกินความคาดหวังย่อมนำไปสู่ความพึงพอใจ แต่ถ้าหากผลการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้นความพึงพอใจ จึงเป็นความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวัง อันเป็นผลสืบเนื่องจากการที่แต่ละบุคคลเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนใช้สินค้าหรือบริการและการรับรู้หลังจากการใช้สินค้าหรือบริการ



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1. เครื่องมือในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

ผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามผู้มาเยือนชาวไทย โดยจะเป็นการการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Try out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.98 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในการรองรับผู้มาเยือน ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS for windows) ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี จากตัวแทนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

ผลการวิจัยจากแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

4.1.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้มาเยือนชาวไทย

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้มาเยือนชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้มาเยือน ชาวไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	160	39.60
หญิง	240	60.40
2. อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	44	11.80
21-30 ปี	143	35.40
31-40 ปี	105	26.00
41-50 ปี	77	19.10
51-60 ปี	15	3.70
61 ปีขึ้นไป	16	4.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา	14	3.90
ระดับมัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา	135	33.40
ปริญญาตรี	225	56.50
สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.20
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	98	25.00
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง เอกชน	121	30.00
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	101	25.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	1.40

ข้อมูลทั่วไปของผู้มาเยือนชาวไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	49	12.10
เกษียณ	15	3.60
อื่นๆ	11	2.60
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	24	5.90
10,001-20,000 บาท	135	33.40
20,001-30,000 บาท	159	40.40
30,001-40,000 บาท	68	16.90
40,001-50,000 บาท	11	2.70
50,000 บาทขึ้นไป	3	0.70
6. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	46	11.40
ศรีสะเกษ	62	15.30
อุบลราชธานี	36	8.90
อื่นๆ เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมุกดาหาร จังหวัด ร้อยเอ็ด	256	64.40

จากการตารางที่ 1 พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.40 และเพศชายจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 ตามลำดับ

ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ตามลำดับ

ทั้งนี้พบว่าระดับการศึกษาของผู้มาเยือนชาวไทยมีจำนวนมากที่สุดคือระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ ระดับ

มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ

ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชนมากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

โดยผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท / เดือน มากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.40 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท / เดือน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 รายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท / เดือน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 รองลงมาคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 และอื่นๆเช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40

4.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 2 ตารางแสดงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ช่วงเวลาในการเดินทาง		
จันทร์- ศุกร์ (วันธรรมดา)	68	17.80
เสาร์ - อาทิตย์	269	66.60
วันหยุดนักขัตฤกษ์	63	15.60
2. ช่วงเดือนในการเดินทาง		
มกราคม	113	28.0
กุมภาพันธ์	36	8.90
มีนาคม	37	9.20
เมษายน	158	39.10

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พฤษภาคม	48	11.90
มิถุนายน	68	16.80
กรกฎาคม	288	71.30
สิงหาคม	22	5.40
กันยายน	32	7.90
ตุลาคม	39	9.70
พฤศจิกายน	97	24.00
ธันวาคม	170	42.10
3. จัดการเดินทางท่องเที่ยว		
จัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง	344	85.20
จัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยบริษัทนำเที่ยว	32	8.90
อื่นๆ	24	5.90
4. บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว		
คนเดียว	64	16.80
ครอบครัว/ญาติ	131	32.40
เพื่อน	166	41.20
สถานที่ทำงาน	36	8.90
อื่นๆ	3	0.70
5. จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว		
พักผ่อนหย่อนใจ	245	60.60
ศึกษาหาความรู้/ดูงาน	79	20.30
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	67	16.80
ติดต่อธุรกิจ	3	0.80
อื่นๆ	6	1.50
6. ยานพาหนะในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	212	52.50

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถของหน่วยงาน	37	9.20
รถโดยสารประจำทาง	39	9.70
รถไฟ	19	5.70
รถของบริษัทนำเที่ยว	18	4.50
เครื่องบิน/โดยสารการบิน	68	16.80
อื่นๆ	7	1.60
7. ระยะเวลาในการพักค้างคืนจากการเดินทางท่องเที่ยว		
ไปกลับ	45	11.10
1 คืน	156	38.60
2 คืน	133	32.90
3 คืน	47	11.60
4 คืน	17	5.40
6 คืน	1	0.20
7 คืน	1	0.20
8. สถานที่ในการพักค้างคืน		
โรงแรม/อพาร์ทเมนต์/รีสอร์ท	163	41.30
ที่พักแบบโฮมสเตย์	11	2.70
บ้านญาติ/เพื่อน	161	39.90
บ้านรับรองของทางราชการหรือบริษัท	11	2.70
อื่นๆ	54	13.40
9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		
ไม่เกิน 1,000 บาท/คน	40	9.90
1,001 - 2,000 บาท/คน	137	33.90
2,001 - 3,000 บาท/คน	166	42.10
มากกว่า 3,000 บาท/คน	57	14.10
10. จำนวนครั้งที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี		
ครั้งแรก	155	38.40

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย ในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งที่ 2	59	14.60
ครั้งที่ 3	55	13.60
ครั้งที่ 4	16	4.00
ครั้งที่ 5	24	5.90
มากกว่า 10 ครั้ง/ปี	91	23.50
11. การเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี		
กลับมา	377	93.30
ไม่กลับมา	23	6.70
12. การสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เว็บไซต์พันทิป	92	22.80
เว็บไซต์ ททท.	68	16.80
เฟซบุ๊ก (facebook)	222	55.00
ทวิตเตอร์ (Twitter)	57	14.10
บล็อก (Blog)	38	9.40
อินสตาแกรม (Instagram)	73	18.10
ไลน์ (Line)	30	7.40
ยูทูบ (Youtube)	53	13.10
สื่อบุคคล/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	222	55.00
แผ่นพับ/ ใบปลิว	22	5.40
แผ่นโปสเตอร์	19	4.70
โฆษณาทางโทรศัพท์	57	14.10
นิตยสารท่องเที่ยว	32	7.90
คู่มือแนะนำเที่ยว (Guide Book)	65	16.10
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billboard)	48	11.90
งานนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว	29	7.20

ผลการศึกษาจากตารางที่ 2 พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนมักจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 66.60 รองลงมาคือ วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 และวันหยุดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 โดยมักจะเดินทางท่องเที่ยวในดือนกรกฎาคมมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมา คือ เดือนธันวาคม จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 เดือนเมษายน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ตามลำดับ

ผู้มาเยือนชาวไทยมีการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 85.20 รองลงมาคือ จัดการการท่องเที่ยวด้วยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 และอื่นๆ คือ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเพราะมีเพื่อนเป็นผู้วางแผนในการเดินทาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 ตามลำดับ โดยบุคคลที่ร่วมเดินทางด้วยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 เดินทางคนเดียว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ตามลำดับ

สำหรับจุดประสงค์ในการเดินทางของผู้มาเยือนส่วนใหญ่คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 60.60 รองลงมา คือ ศึกษาหาความรู้/ดูงาน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ตามลำดับ

ในส่วนของยานพาหนะในการเดินทาง ยานพาหนะที่ผู้มาเยือนชาวไทยใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ เครื่องบิน/โดยสารการบิน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 รถโดยสารประจำทางจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่พักค้างคืนจากการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ พัก 1 คืน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมา คือ พัก 2 คืน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 พัก 3 คืน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 ตามลำดับ โดยที่พักที่ผู้มาเยือนค้างคืน ในการเดินทางท่องเที่ยวคือ โรงแรม/อพาร์ทเมนท์/รีสอร์ท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 41.30 รองลงมา คือบ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 อื่นๆ คือ พักบ้านตนเอง ไป/กลับไม่พักค้างคืน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงิน 2,001 - 3,000 บาท/คน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมา 1,001 - 2,000 บาท/คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 และมากกว่า 3,000 บาท/คน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมา คือ มากกว่า 10 ครั้ง/ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีครั้งที่ 2 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 ทั้งนี้ในอนาคตผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่คาดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีอีกครั้งมากที่สุด จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30 และคาดว่าจะไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70

พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยว ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเฟซบุ๊ก (facebook) มากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ สื่อบุคคล (ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก) จำนวน 222 คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเว็บไซต์พันทิป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80

4.1.3 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

(1) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่าง การรับรู้กับการคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ทางการท่องเที่ยว			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย		
			1. แหล่งท่องเที่ยว							
3.46	0.64	มาก	1.1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย			3.70	0.67	มาก	+ 0.36	พึงพอใจ
3.55	0.69	มาก	1.2. แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ดึงดูดใจ			3.87	0.59	มาก	+ 0.32	พึงพอใจ
3.45	0.69	มาก	1.3. แหล่งท่องเที่ยวมีขนาดพื้นที่ที่สามารถรองรับผู้มาเยือนได้			3.78	0.66	มาก	+ 0.33	พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	
3.55	0.74	มาก	1.4. ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ			3.83	0.67	มาก	ความแตกต่างระหว่างการรับรู้กับการคาดหวัง
3.58	0.81	มาก	1.5. แหล่งท่องเที่ยวสะท้อนวิถีชีวิต			3.82	0.66	มาก	+ 0.28
3.56	0.81	มาก	1.6. แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ			3.85	0.73	มาก	+ 0.24
3.48	0.68	มาก	1.7. มีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว			3.65	0.71	มาก	+ 0.29
									+ 0.17
									พึงพอใจ
									พึงพอใจ
									พึงพอใจ
									พึงพอใจ

ผลการศึกษาจากตารางที่ 5 พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความคาดหวังก่อนการเดินทางต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และมีการรับรู้ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวหลังการเดินทางโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวของผู้มาเยือน พบว่า ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางและการรับรู้หลังการเดินทางจากมากไปหาน้อยพบว่าผู้มาเยือนมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีขนาดพื้นที่ที่สามารถรองรับผู้มาเยือนได้ และแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ดึงดูดใจ

(2) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทย ที่ต้องเกี่ยวข้องกับการเดินทาง	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว		การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มี ต่อการประกอบทางการท่องเที่ยว			ความแตกต่าง ระหว่าง การรับรู้ กับการ คาดหวัง	ผลการ ประเมิน
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย		
3.61	0.76	มาก	2.3. กิจกรรมการ ท่องเที่ยวสามารถ สะท้อนเอกลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	0.67	3.71	+ 0.10	พึงพอใจ
3.65	0.84	มาก	2.4. กิจกรรมการ ท่องเที่ยวส่งเสริมให้ ผู้มาเยือนเกิดความ เข้าใจในแหล่ง ท่องเที่ยว	0.66	3.60	- 0.05	ไม่พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทย ที่มีต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง	องค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยว		การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มี ต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			ความ แตกต่าง ระหว่าง การรับรู้ กับการ คาดหวัง	ผลการ ประเมิน
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย		
3.60	0.82	มาก	2.5. กิจกรรมการ ท่องเที่ยวสามารถสร้าง รายได้และกระจาย รายได้ในชุมชน	0.67	3.42	- 0.18	ไม่พึงพอใจ
3.60	0.81	มาก	2.6. กิจกรรมการ ท่องเที่ยวมีความ ปลอดภัย	0.66	3.48	- 0.12	ไม่พึงพอใจ
3.58	0.74	มาก	2.7. กิจกรรมการ ท่องเที่ยวมีความ หลากหลายตามความ สนใจของผู้มาเยือน	0.59	3.49	- 0.09	ไม่พึงพอใจ
3.58	0.77	มาก	รวม	0.64	3.53	- 0.05	ไม่พึงพอใจ

ผลการศึกษาจากตารางที่ 6 พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความคาดหวังก่อนการเดินทางต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และมีการรับรู้หลังการเดินทางต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนชาวไทย พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยมีความไม่พึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางและการรับรู้หลังการเดินทางจากมากไปหาน้อยพบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยไม่พึงพอใจต่อประเด็นกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ในชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายตามความสนใจของผู้มาเยือนชาวไทย แต่อย่างไรก็ตามผู้มาเยือนชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ/สนุกสนาน/เพลิดเพลิน

(3) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พัก

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักของจังหวัดอุบลราชธานี

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการเดินทาง			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการเดินทาง			ผลการศึกษา
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	
3.54	0.77	มาก	3.62	0.77	มาก	+ 0.08
3.53	0.71	มาก	3.52	0.68	มาก	- 0.01
3.53			3.52			ไม่พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวทาง			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวทาง			ความแตกต่างระหว่าง การรับรู้ กับการ คาดหวัง	ผลการ ประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย		
3.48	0.68	มาก	3.58	0.76	มาก	+ 0.10	พึงพอใจ
3.45	0.68	มาก	3.54	0.75	มาก	+ 0.09	พึงพอใจ
3.52	0.71	มาก	3.68	0.73	มาก	+ 0.16	พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้กับการคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย				ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย		
3.50	0.66	มาก	3.6. พนักงานผู้ให้บริการในที่พักมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ต่อลูกค้า			3.59	0.68	มาก	+ 0.09	พึงพอใจ
3.57	0.69	มาก	3.7. ห้องพักรับรองมีความสะอาด			3.64	0.70	มาก	+ 0.07	พึงพอใจ
3.59	0.72	มาก	3.8. ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้			3.69	0.68	มาก	+ 0.10	พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้กับการคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย			
3.58	0.72	มาก	3.9. ที่มีความปลอดภัย			3.61	0.68	มาก	+ 0.03	พึงพอใจ
3.52	0.70	มาก	รวม			3.60	0.71	มาก	+ 0.08	พึงพอใจ

ผลการศึกษาจากตารางที่ 7 พบว่าผู้มาเยือนชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการเดินทางต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และมีการรับรู้หลังการเดินทางต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักพบว่าผู้มาเยือนมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พัก โดยเรียงลำดับค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางและการรับรู้หลังการเดินทางจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักในประเด็นที่พักสามารถให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด รองลงมาคือที่พักมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการ รวมถึงที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ และที่พักสามารถเข้าถึงได้สะดวก และมองเห็นชัดเจน สังเกตได้ง่าย พนักงานผู้ให้บริการในที่พักมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ตามลำดับ

(4) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง		องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้การคาดหวัง	ผลการประเมิน
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย		
4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว								
3.50	0.67	มาก	4.1. มีรถโดยสารประจำทางให้บริการยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	3.38	0.68	ปานกลาง	- 0.12	ไม่พึงพอใจ
3.61	0.80	มาก	4.2. แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงด้วยยานพาหนะหลากหลายประเภท	3.36	0.71	ปานกลาง	- 0.25	ไม่พึงพอใจ
3.50	0.75	มาก	4.3. มีจุดต่อรถจากจุดเริ่มต้นถึงจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยว	3.45	0.80	มาก	- 0.05	ไม่พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางเดินทาง			องค์ประกอบทางเดินทาง			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางเดินทาง			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้การคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ท่องเที่ยว			ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย		
3.57	0.73	มาก	4.4. อัตราค่าโดยสารมีความเป็นธรรม			3.58	0.81	มาก	+ 0.01	พึงพอใจ
3.48	0.78	มาก	4.5. สถานีขนส่ง (คิวรถ) มีทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก และเข้าถึงได้ง่าย			3.54	0.70	มาก	+ 0.06	พึงพอใจ
3.54	0.70	มาก	4.6. พนักงานขับรถมีความชำนาญในการขับรถ และการให้บริการ			3.54	0.69	มาก	0.00	พึงพอใจ
3.62	0.71	มาก	4.7. มีป้ายบอกเส้นทางบนรถที่ชัดเจน			3.53	0.72	มาก	- 0.11	ไม่พึงพอใจ
3.59	0.69	มาก	4.8. ยานพาหนะมีสภาพดี			3.52	0.67	มาก	- 0.07	ไม่พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางการท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทางการท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้กับการคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย		
3.58	0.70	มาก	4.9. สภาพเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพดี	3.54	0.73	มาก	- 0.04	ไม่พึงพอใจ		
3.55	0.72	มาก	รวม	3.49	0.88	มาก	- 0.09	ไม่พึงพอใจ		

ผลการศึกษาจากตารางที่ 8 พบว่าผู้มาเยือนชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการเดินทางต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีโดยรวมอยู่ในระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และมีการรับรู้ของผู้มาเยือนที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลังการเดินทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางและการรับรู้หลังการเดินทางท่องเที่ยวพบว่าผู้มาเยือนชาวไทยไม่พึงพอใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเรียงลำดับค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาเยือนที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยไม่พึงพอใจต่อประเด็นแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงด้วยยานพาหนะหลากหลายประเภทมากที่สุด รองลงมาคือมีรถโดยสารประจำทางให้บริการยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และมีป้ายบอกเส้นทางบนรถที่ชัดเจนตามลำดับ

(5) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ตารางที่ 9 ความพึงพอใจของผู้มาเยือนที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดอุบลราชธานี

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว	องค์ประกอบทาง การท่องเที่ยว		ผลการ ประเมิน					
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน						
ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว	ความ แตกต่าง ระหว่างการ รับรู้กับการ คาดหวัง	ผลการ ประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย					
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย					
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย					
5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว				3.61	0.72	มาก	+ 0.02	พึงพอใจ
5.1. มีบริการร้านอาหาร หลากหลายประเภท (อาหารจีน อาหารไทย อาหารเวียดนาม อาหารอีสาน ฯลฯ)				3.57	0.69	มาก	+ 0.04	พึงพอใจ
5.2. มีศูนย์บริการข้อมูล การท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือน				3.40	0.77	มาก	- 0.10	ไม่พึงพอใจ
5.3. มีมีคูปองส่วนลด/ บริษัทท้องถิ่นให้บริการ								

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว			องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้กับ การคาดหวัง	ผลการประเมิน
ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	ท่องเที่ยว			ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย		
3.54	0.69	มาก				3.54	0.70	มาก	0.00	พึงพอใจ
3.43	0.70	มาก				3.50	0.83	มาก	+ 0.07	พึงพอใจ
3.53	0.70	มาก				3.53	0.75	มาก	0.00	พึงพอใจ
3.54	0.67	มาก				3.65	0.71	มาก	+ 0.11	พึงพอใจ

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว	องค์ประกอบทาง การท่องเที่ยว			การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มี ต่อองค์ประกอบทาง การท่องเที่ยว			ความ แตกต่าง ระหว่างการ รับรู้กับการ คาดหวัง	ผลการ ประเมิน
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย		
3.53	0.70	มาก	สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาเยือนได้	3.54	0.79	มาก	+ 0.01	พึงพอใจ
3.55	0.72	มาก	5.8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอต่อผู้มาเยือน (น้ำดื่ม, น้ำใช้, ไฟฟ้า)	3.55	0.79	มาก	0.00	พึงพอใจ
3.47	0.74	มาก	5.9. มีสถานพยาบาล	3.38	0.87	ปานกลาง	- 0.09	ไม่พึงพอใจ
3.47	0.80	มาก	5.10. มีป้ายเตือนภัยในที่เสี่ยงภัย	3.38	0.87	ปานกลาง	- 0.09	ไม่พึงพอใจ
			5.11. สถานที่จอดรถและยานพาหนะมีเพียงพอ					

ความคาดหวังของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว		การรับรู้ของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อการประกอบทาง การท่องเที่ยว			ความแตกต่างระหว่างการรับรู้การ คาดหวัง	ผลการประเมิน
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย		
3.37	0.80	ปานกลาง	5.12. ห้องสุขามีเพียงพอ และอยู่ในสภาพพร้อมใช้ งาน	3.43	0.93	มาก	พึงพอใจ
3.39	0.83	ปานกลาง	5.13. ถึงขยะมีจำนวน เพียงพอ	3.42	0.92	มาก	พึงพอใจ
3.53	0.72	มาก	5.14. มีตู้เอทีเอ็มหรือ ธนาคารให้บริการใน แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	3.29	0.96	ปานกลาง	ไม่พึงพอใจ
3.49	0.73	มาก	รวม	3.48	0.79	มาก	ไม่พึงพอใจ

ผลการศึกษาจากตารางที่ 9 พบว่าผู้มาเยือนชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการเดินทางต้องค้ำประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดอุบลราชธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และมีการรับรู้หลังการเดินทางต้องค้ำประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาเยือนที่มีต้องค้ำประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าผู้มาเยือนไม่พึงพอใจต่อต้องค้ำประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อเรียงลำดับค่าคะแนนตามความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาเยือนจากมากไปหาน้อยพบว่าผู้มาเยือนไม่พึงพอใจต่อประเด็นการมีตู้เอทีเอ็มหรือธนาคารให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือการมีมีคฤหาสน์/ที่พัก/บริษัทท่องเที่ยวให้บริการ และการมีป้ายเตือนภัยในที่เสี่ยงภัย รวมถึงสถานที่จอดรถและยานพาหนะมีเพียงพอตามลำดับ

4.2 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

การศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วยการศึกษาภายใต้ประเด็น ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยผลการศึกษาพบว่า

4.2.1 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งมีความโดดเด่นสวยงามตามสภาพทางภูมิศาสตร์ และทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้มาเยือน เช่น ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา วัดดอนธาตุ วัดพระธาตุหนองบัว โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า จังหวัดอุบลราชธานีเป็น

จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดผู้มาเยือนให้เดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อุทยานแห่งชาติผาแต้ม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโชดหิน เกาะ แก่ง หรือหาดทรายที่เกิดขึ้นตามความยาวของแม่น้ำโขง รวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น การดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น งานเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษา อาหารท้องถิ่น และวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นต้น โดยผู้มาเยือนส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีจะเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ผาแต้ม สามพันโบก ซึ่งทำให้ผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวรู้สึกถึงความมหัศจรรย์ของแก่งหินที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ทำให้ผู้มาเยือนมีความสนใจที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และเอกลักษณ์ นอกจากนี้ผู้มาเยือนยังให้ความสนใจกับทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม เช่น ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา ที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติ เนื่องจากเป็นประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดอุบลราชธานีก็ได้มีการจัดกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมในช่วงเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษา เช่น การร่วมกิจกรรมแกะสลักเทียน

“...ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม เช่น ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติ เนื่องจากเป็นประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี” (วรัญญา อินทรพันธุ์, สัมภาษณ์: 2560) และ “...จังหวัดอุบลราชธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอุทยานแห่งชาติผาแต้ม และอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำสายสำคัญสองสายนั้นคือแม่น้ำโขงและแม่น้ำมูล และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทางด้านความเชื่อและศาสนา โดยจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง เช่น หลวงปู่เสาร์ กันตสีโล หลวงปู่ชา สุภัทโท นอกจากนี้ยังมีวัดที่มีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานคู่กับจังหวัดอุบลราชธานี เช่น วัดทุ่งศรีเมือง วัดมหาวนาราม วัดสุปฏิหาราม วัดพระธาตุหนองบัว” (จารุวรรณ โคตรพงษ์, สัมภาษณ์: 2560)

4.2.2 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยว

ในประเด็นเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีรูปแบบการจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมีกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน และนักท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนร่วมกับการประกอบกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ผู้มาเยือนจึงใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวน้อยและอาจเกิดความเบื่อหน่ายได้ ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน เช่น การถ่ายรูป การซื้อของ การรับประทานอาหารท้องถิ่น การไหว้พระขอพร และการชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมเหล่านี้ผู้มาเยือนไม่มีส่วนร่วมกับการกิจกรรม ทำให้ผู้มาเยือนใช้เวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งน้อย แต่ในช่วงเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษาจะมีการเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้ลงมือแกะสลักเทียนด้วยตนเอง จึงเป็นมีกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้ผู้มาเยือนอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น ศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นจังหวัดอุบลราชธานีจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น แต่ไม่มีการจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลาย กิจกรรมส่วนมากที่พบเห็นภายในจังหวัดมักจะเป็นกิจกรรมที่ผู้มาเยือนไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรม และยังเป็นกิจกรรมรูปแบบเก่าคือการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายภาพ และการซื้อของเท่านั้น จึงทำให้ผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีใช้เวลาน้อยในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด “...จังหวัดอุบลราชธานีจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น แต่ไม่มีการจัดกิจกรรมที่มีค่อนข้างน้อย และกิจกรรมมีรูปแบบเหมือนกัน เช่น การถ่ายภาพ ชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้มาเยือนไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรม จะมีเพียงในช่วงเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษาที่มีการจัดกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมกับการกิจกรรม คือ การร่วมกิจกรรมแกะสลักเทียน” (วิศาล พิริยะกิจไพบูลย์. สัมภาษณ์: 2560)

4.2.3 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พัก

นอกจากนี้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีด้านที่พัก ได้มีการแสดงความคิดเห็นว่า ที่พักในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นมีห้องพักจำนวนมาก มีรูปแบบที่พักที่มีความหลากหลายและมีราคาที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังตั้งอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้มาเยือนสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความ

ต้องการของตนเอง แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการให้บริการในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา หรือการรองรับผู้มาเยือนจำนวนมาก

“...จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมอย่างมากในส่วนของการให้บริการที่พักที่มีให้เลือกหลากหลายตามความต้องการของผู้มาเยือน ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ เป็นต้น แต่หากเป็นช่วงเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษาผู้มาเยือนจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดอุบลราชธานีจำนวนมากแต่บริการที่พักยังมีน้อย” (จารุวรรณ บุตตาชุย. สัมภาษณ์: 2560) และ “...จังหวัดอุบลราชธานียังมีโรงแรมที่พักยังมีการบริการที่ธรรมดา โรงแรมบางแห่งยังมีปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการและไม่สามารถรองรับกลุ่มใหญ่ลูกค้าทางบริษัทที่เดินทางมาจำนวนมากได้” (ปวีณา กิตติสรุพท. สัมภาษณ์: 2560)

4.2.4 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวราชธานีนั้นนับว่ามีศักยภาพ เนื่องจากมีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก และมียานพาหนะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายประเภท หากแต่สภาพถนนบางแห่งยังมีผิวที่ขรุขระและไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนในการบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะนั้นยังไม่เอื้อต่อการเดินทางของผู้มาเยือนมากนัก เนื่องจากมีจำนวนรอบของการเดินรถน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างจากตัวเมืองจึงทำให้ผู้มาเยือนไม่ได้รับความสะดวกสบาย อย่างไรก็ตามผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองสามารถเลือกใช้บริการรถเช่า หรือรถแท็กซี่ที่ให้บริการจำนวนมากได้ “...ด้านการคมนาคมขนส่ง จังหวัดอุบลราชธานีถือว่ามีความพร้อม เพราะว่า ในปัจจุบันมีรถตู้ที่วิ่งรับส่งผู้มาเยือนทุกๆ 30 นาทีในบางพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการบริการรถเช่า และ แท็กซี่ที่ให้บริการรับส่งผู้มาเยือนอีกด้วย” (จารุวรรณ บุตตาชุย. สัมภาษณ์: 2560) อีกทั้ง “...การให้บริการรถโดยสารสาธารณะนั้นมีการเปิดให้บริการรถโดยสารสาธารณะต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่ได้รับความนิยมมากนัก เนื่องจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ เพราะรถโดยสารมีจำนวนเที่ยวในการเดินรถน้อย” (วรัญญา อินทรพันธ์. สัมภาษณ์: 2560) และ “...การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานียังคงมีข้อจำกัดเนื่องจากการเดินทางเข้าถึงค่อนข้างยากลำบาก รวมถึงคุณภาพ คุขโกเมศ

บริษัท ตรีซีซั่น จำกัด ยังได้ได้แสดงความคิดเห็นว่า การเข้าถึงทำได้ยาก การสัญจรด้วยรถค่อนข้างยาก ป้ายเดินทางไม่ชัดเจน หลงทางง่าย” (สุกัลยา ทิพคุณ. สัมภาษณ์: 2560)

4.2.5 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดอุบลราชธานีมียังคงมีศักยภาพในการรองรับผู้มาเยือน แต่ยังมีข้อจำกัด เช่น จำนวนที่จอดรถและห้องน้ำ ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว มัคคุเทศก์หรือผู้บรรยายให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงศูนย์บริการผู้มาเยือน “...สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวระหว่างเส้นทาง เช่น แหล่งซื้อของฝาก แหล่งท่องเที่ยวระหว่างทางที่สามารถแวะพักยังมีน้อย รวมถึงห้องน้ำภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อยหรือบางแห่งอยู่ในสภาพไม่พร้อมใช้งานเนื่องจากความไม่สะอาดหรือการชำรุด ภายในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังประสบกับปัญหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไม่มีบุคลากรในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรที่สามารถให้ข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศ ไม่มีป้ายสื่อความหมาย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีศูนย์ให้บริการผู้มาเยือน” (จารุวรรณ โคตรพงษ์. สัมภาษณ์: 2560) และ “...สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้มาเยือนถือว่าสำคัญมาก เนื่องจากผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดอุบลราชธานีมีหลากหลายกลุ่มซึ่งต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้มาเยือนผู้พิการหรือผู้สูงอายุ ส่วนของป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวพบว่ามีความสำคัญ ซึ่งในปัจจุบันก็มีการส่งเสริมในแหล่งท่องเที่ยวบางจุดแล้ว แต่บางจุดก็ยังไม่จำเป็นต้องพัฒนาต่อไปในอนาคต และจำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้มาเยือน” (วรัญญา อินทรพันธ์. สัมภาษณ์: 2560)

4.3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

เมื่อนำผลการวิจัยจากแบบสอบถามจากผู้มาเยือนชาวไทย ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ตัวแทนจากสำนักงาน

วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี ตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานีและบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3 บริษัท และบริษัทนำเที่ยวจากกรุงเทพมหานครจำนวน 7 บริษัทแล้ว คณะผู้วิจัยสามารถนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีได้ดังนี้

4.3.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพสวยงาม หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นสามารถสะท้อนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีคุณค่าทางวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ในการดึงดูดใจผู้มาเยือน แต่ข้อจำกัดที่พบในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทคือ สภาพอากาศที่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสภาพอากาศสามารถส่งผลให้ผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ หากสภาพอากาศร้อนเกินไปจะทำให้ผู้มาเยือนเกิดความเหนื่อยล้าได้ง่าย ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ หรือในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีเป็นช่วงเวลาตามความเชื่อของท้องถิ่นเท่านั้น ไม่มีการจัดงานนอกเหนือจากเวลาที่กำหนดไว้ หากผู้มาเยือนชาวไทยเดินทางมาเที่ยวนอกเหนือจากเวลาดังกล่าวแล้วก็ไม่สามารถเข้าร่วมหรือชมการจัดงานเทศกาลหรือประเพณี ดังนั้นเพื่อให้ผู้มาเยือนชาวไทยสามารถร่วมประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ดี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการจัดทำข้อมูลเพื่อแนะนำช่วงเวลาหรือฤดูกาลที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดอุบลราชธานีและมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแก่ผู้มาเยือนชาวไทยเพื่อประกอบการตัดสินใจและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มผู้มาเยือนชาวไทยที่วางแผนหรือจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน เป็นต้น

4.3.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จากความคิดเห็นของผู้มาเยือนชาวไทย ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้เข้าร่วมการระดมความคิดเห็นซึ่งมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า แม้จังหวัดอุบลราชธานีจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น แต่ไม่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ขาดส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้มาเยือนชาว

ไทยไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวบางกิจกรรมไม่มีความปลอดภัยเท่าที่ควร ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ต้องมีการพัฒนากิจกรรมให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนชาวไทยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้มาเยือนชาวไทยเกิดการเรียนรู้และเกิดความภาคภูมิใจในตนเองโดยใช้แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่จะตอบสนองความต้องการทางการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับความ สนใจ และความ ต้องการกับผู้มาเยือนชาวไทย ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนชาวไทยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน ตลอดจนการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมถิ่น รวมถึงการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีเกิดความยั่งยืน โดยให้ผู้มาเยือนชาวไทยได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับผู้มาเยือน ชาวไทยตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชน ซึ่งจะช่วยในการแก้ไขปัญหาเรื่องการกระจายรายได้แก่ชุมชนตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้ เช่น การให้ผู้มาเยือนชาวไทยได้ลงมือผลิตของที่ระลึกด้วยตนเอง การเรียนรู้การทอผ้า การแกะสลักลายต้นเทียน การวาดภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์และนำไปสกรีนบนเสื้อ เป็นต้น

4.3.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านที่พัก ประกอบด้วย
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

(1) จากข้อจำกัดด้านที่พักที่มีจำนวนห้องพักไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้มาเยือนชาวไทย ไม่สามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวแบบกลุ่มขนาดใหญ่ได้ หรือในช่วงงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ภายนอกตัวเมืองอุบลราชธานีนั้นยังมีจำนวนจำกัดและบางแห่งอยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการด้านที่พักควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการด้านที่พักทั้งภายในตัวเมืองอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียงของผู้ประกอบการด้านที่พักทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ เพื่อสร้างความร่วมมือในการส่งต่อและการกระจายผู้มาเยือนชาวไทยไปยังพันธมิตรทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในด้านมาตรฐานการบริการแก่ผู้มาเยือนชาวไทย ทั้งนี้เพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านที่พักในฤดูกาลการท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจำนวนห้องพักไม่เพียงพอต่อความต้องการได้ด้วย

(2) ด้านมาตรฐานในการบริการของที่พัก พนักงานในสถานประกอบการด้านที่พักยังคงต้องพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ เช่น การสื่อสารหรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนชาวไทย ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันการศึกษาต่างๆ ควรสร้างความร่วมมือในการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานผู้ให้บริการทั้งทักษะการปฏิบัติงานบริการตามตำแหน่งงาน การพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจในการบริการแก่ผู้มาเยือนชาวไทย

4.3.4 การส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

(1) ควรมีการเพิ่มจำนวนรอบของรถโดยสารสาธารณะ รวมถึงผู้ประกอบการด้านการขนส่งควรมีการตรวจสอบยานพาหนะให้อยู่ในสภาพดี การขนส่งผู้มาเยือนชาวไทยไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรเพิ่มการบริการการขนส่งผู้มาเยือนชาวไทยด้วยยานพาหนะของท้องถิ่นในการรับส่งผู้มาเยือนชาวไทยด้วย โดยการให้ข้อมูลการติดต่อยานพาหนะของท้องถิ่นเพื่อให้ผู้มาเยือนชาวไทยสามารถติดต่อและนัดหมายล่วงหน้าก่อนการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือนชาวไทยที่ต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวโดยรถโดยสารประจำทาง

(2) หน่วยที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมทางหลวง ทางหลวงชนบท หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำป้ายบอกทางในแต่ละพื้นที่ควรจัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดวางในตำแหน่งที่ชัดเจน สามารถมองเห็นได้ง่าย ตลอดจนติดตั้งป้ายบอกทางตามเส้นทางที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรักษาและตรวจสอบป้ายบอกทางให้อยู่ในสภาพดี ขนาดของป้าย ตัวอักษร หรือสีตัวอักษรที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะทางแยกหรือทางเลี้ยวและเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อป้องกันการหลงทางและอำนวยความสะดวกสำหรับผู้มาเยือนชาวไทยเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนตัว

(3) มีการตรวจสอบและดูแลสภาพผิวถนนให้อยู่ในสภาพดี ไม่ขรุขระ หรือเป็นหลุมเป็นบ่อ ทั้งนี้เพื่อสร้างความปลอดภัยในการเดินทางแก่ผู้มาเยือนชาวไทยได้

4.3.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม
ทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรดำเนินการเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

(1) ปรับปรุงห้องน้ำภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีจำนวนที่เพียงพอแก่ผู้มาเยือน และปรับปรุงห้องน้ำให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยการตรวจสอบสภาพห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนมีการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ

(2) จัดทำคัคเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้บริการและบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มาเยือนเกิดความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนาบุคลากรดังกล่าว หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวสามารถขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เช่น สถาบันการศึกษาต่างๆ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการนำชมและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือนแล้ว ประชาชนในท้องถิ่นยังจะเกิดความรัก ความหวงแหนและภาคภูมิใจในท้องถิ่นอีกด้วย

(3) จัดทำป้ายสื่อความหมาย ป้ายข้อห้ามและป้ายเตือนในพื้นที่ที่เสี่ยงอันตรายในการท่องเที่ยว ตลอดจนมีศูนย์ให้บริการผู้มาเยือนเพื่อดูแลและช่วยเหลือผู้มาเยือนเมื่อเกิดปัญหาในขณะเดินทางท่องเที่ยว

(4) ควบคุมสุขอนามัยของร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ความสะอาด และมีราคาสมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้มาเยือน

(5) จัดหาที่จอดรถที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้มาเยือน ทั้งที่จอดรถสำหรับยานพาหนะที่หลากหลายขนาด ซึ่งหากในช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวที่มีผู้มาเยือนจำนวนมากและมีที่จอดรถไม่เพียงพอควรจัดหาพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อให้บริการ หากการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวต้องเดินเท้าด้วยระยะทางไกล ควรจัดหาพาหนะท้องถิ่นไว้บริการ

(6) ติดตั้งตู้เอทีเอ็มบริการแก่ผู้มาเยือน หากไม่สามารถดำเนินการได้ สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินเข้ามาช่วย

อำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือน เช่น การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

4.3.6 ส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยว การบริหารงานทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.3.7 มีการสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ชัดเจน เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้มาเยือนและจูงใจให้ผู้มาเยือนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

4.3.8 พัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนในปัจจุบัน โดยใช้สื่อที่ผู้มาเยือนในปัจจุบันนิยมใช้เพื่อการค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยว เช่น ใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้มาเยือนที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ใช้การแนะนำแบบปากต่อปาก การนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ทาง Website, Line, Facebook ตลอดจนการส่งเสริมการขายผ่านบริษัทตัวแทนนำเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนพื้นที่ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดและกระตุ้นให้ผู้มาเยือนตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยการสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

4.4 การสรุปผลและการวิเคราะห์ผลการวิจัย

4.4.1 พฤติกรรมผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ผู้มาเยือนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาในปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดศรีสะเกษ มักจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วง วันเสาร์-อาทิตย์ ในเดือนกรกฎาคม เนื่องจากเป็นวันหยุด ซึ่งสามารถเดินทางท่องเที่ยวและมีการพักผ่อนได้ โดยไม่ต้องรีบเร่งในการเดินทาง นอกจากนี้ช่วงเดือนที่ผู้มาเยือนนิยมเดินทางนั้นเป็นช่วงเวลาที่ยังจังหวัดอุบลราชธานีมีการจัดงานเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษา ซึ่งเป็นงานที่มีชื่อเสียงระดับชาติและเป็นที่รู้จักของผู้มาเยือน ผู้มาเยือนส่วนใหญ่นิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อน มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

นั้น ผู้มาเยือนสามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของตนเอง โดยไม่ต้องคำนึงถึงตารางในการเดินทางตามรายการนำเที่ยว ทำให้ผู้มาเยือนมีอิสระในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งการใช้จ่ายยานพาหนะในการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะนั้น จะทำให้ผู้มาเยือนสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของผู้มาเยือนนั้น บางแห่งอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง ไม่มีรถโดยสารประจำทางไว้บริการหรือหากมีรถโดยสารประจำทางก็มักจะมีเที่ยวรถจำกัด ซึ่งให้บริการเพียงช่วงเช้าของวันและไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยตรง ต้องมีการต่อรถ ทำให้ผู้มาเยือนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นผู้มาเยือนส่วนใหญ่จึงนิยมเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนตัว เมื่อผู้มาเยือนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีพักค้างคืนในโรงแรม/อพาร์ทเมนท์/รีสอร์ท ได้แก่ Sunee Grand Hotel and Convention Center หรือที่พักในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 2,001 - 3,000 บาท/คน ซึ่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเป็นครั้งแรก แต่คาดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีอีกครั้งมาก เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ รวมถึงอาหารที่มีเฉพาะท้องถิ่นที่อร่อย แหล่งข้อมูลที่ผู้มาเยือนใช้ในการสืบค้นข้อมูลคือเฟซบุ๊ก (facebook) และสื่อบุคคล/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และไม่ถูกควบคุมโดยนักการตลาด จึงทำให้ผู้มาเยือนได้รับข้อมูลที่แท้จริง อีกทั้งการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลาท่องเที่ยวกับคนรักหรือครอบครัวเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน สอดคล้องกับสุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) ที่กล่าวว่า ตามแนวทฤษฎีความต้องการ 5 ขั้นของมาสโลว์นั้น คนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ความต้องการที่แตกต่างกันของผู้มาเยือนแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของผู้มาเยือนโดยผู้มาเยือนส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย ผู้มาเยือนต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงจังข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้ผู้มาเยือนรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง คาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัว อีกทั้งผู้มาเยือนบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อได้

เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน และผู้มาเยือนบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆด้วยตนเอง เพื่อเรียนรู้หรือพยายามทำความเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน

4.4.2 ศักยภาพความพร้อมขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในการรองรับผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้มาเยือนเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีในการรองรับผู้มาเยือนชาวไทย ทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านที่พัก องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่พัก องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้มาเยือนมีความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว และการรับรู้ที่เกิดขึ้นเมื่อเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบแล้วที่พบว่า

ผู้มาเยือนมีการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าความคาดหวังก่อนการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งเที่ยวนั้นมีศักยภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีเป็นเมืองใหญ่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 200 ปีและมีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่นมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่ยุคขอมโบราณ ที่ผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสาน ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำต้นเทียนพรรษาที่มีการสืบทอดกันมายาวนานจากบรรพบุรุษ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนตามลุ่มแม่น้ำที่สำคัญทั้งสองสายคือแม่น้ำมูลและแม่น้ำโขงที่เป็นแหล่งประกอบอาชีพของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการทำการเกษตร เช่น การเพาะปลูกริมฝั่งแม่น้ำเมื่อน้ำในแม่น้ำลดลงและมีการพัดพาตะกอนที่เป็นแร่ธาตุหรือสารอาหารสำหรับพืชไว้ ทำให้

พืชที่ปลูกบริเวณริมฝั่งแม่น้ำมีความอุดมสมบูรณ์ การทำการประมงโดยการหาปลาในแม่น้ำเพื่อนำมาเป็นอาหารสำหรับสมาชิกในครัวเรือนและนำมาขายเพื่อหารายได้เข้าสู่ครอบครัว รวมถึงความเชื่อเกี่ยวกับภูณาคของคนที่ท้องถื่นที่อาศัยอยู่บริเวณฝั่งแม่น้ำโขง เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดอุบลราชธานียังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญคือ ผาแต้ม ซึ่งเป็นภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีเรื่องราวเล่าไว้ว่า ผาแตมนั้นเคยเป็นที่ถ้ำอาศัยเก่าแก่ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ เพราะได้เพิงผาแห่งนี้ มีภาพเขียนบนผนังหินครั้งโบราณที่ยาวที่สุดในประเทศไทยเท่าที่มีการค้นพบ มีร่องรอยของภาพเขียนสีของมนุษย์โบราณตั้งแต่ก่อนยุคประวัติศาสตร์ ราว 3,000-4,000 ปี ปรากฏบนหน้าผาสูงชัน ภาพเขียนส่วนใหญ่ในผาแต้ม จะมีลักษณะเป็นภาพสีแดงพบกระจายอยู่ตามแนวหน้าผาริมโขง อาทิ ผาเจ็ก โหง่นแต้ม ผาเมย ผาขาม โดยเฉพาะที่ผาแตมนี้มีความโดดเด่นที่สุด เพราะเป็นภาพเขียนสีที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ ภาพมือคนและคน (ผู้ชาย ผู้หญิง) ภาพสัตว์ (เช่น ช้าง หมา ปลาปัก สัตว์ปีก) ภาพวัตถุ (ก้างปลา, เครื่องมือจับปลาของอีสาน) และภาพลวดลายเรขาคณิต (ลวดลายยักย้อ, รูปทรงเส้นสาย 3 เหลี่ยม 4 เหลี่ยม) นับเป็นภาพเขียนสีโบราณกลุ่มที่มีมากที่สุดในเมืองไทย อีกทั้งยังมีความยาวต่อเนื่องกันประมาณ 180 เมตร นับว่ายาวที่สุดในเมืองไทยเลยทีเดียว (ผู้จัดการออนไลน์. ออนไลน์: 2560) นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ผาชนะใต้ตั้งอยู่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่บริเวณป่าดงนาทามของอุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสถานที่แห่งนี้คือจุดอ้างอิงเวลาพระอาทิตย์ขึ้นของประเทศไทย และตั้งอยู่แทบจะปลายสุดฝั่งตะวันออกของประเทศไทย โดยหน้าผาแห่งนี้ตั้งอยู่ในป่าดงนาทามของอำเภอลำทะเมนชัย เป็นหน้าผาสูงชันที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม สามารถมองเห็นผืนป่าดงนาทามและแม่น้ำโขงไปจรดสุดขอบฟ้าของประเทศลาวได้อย่างชัดเจน เป็นสถานที่ยอดนิยมอีกแห่งสำหรับการชมทะเลหมอกในยามพระอาทิตย์ขึ้น น้ำตกแสงจันทร์ ตั้งอยู่ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุบลราชธานี หรือเรียกกัน ในท้องถิ่นว่า “น้ำตกलगรู” เป็นหนึ่งในน้ำตกที่สวยงามมาก ตั้งอยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติผาแต้มมีลักษณะ เป็นรูหินรูปร่างกลมขนาดใหญ่ ซึ่งเกิดจากการกัดเซาะของน้ำและกรวดหินตามธรรมชาติโดยน้ำจะไหลผ่านรู เป็นสายลงมาสู่แอ่ง ซึ่งน้ำตกลักษณะนี้มีอยู่เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย อุทยานแห่งชาติภูจองนายอยซึ่งเป็นอุทยานแห่งชาติป่าที่ได้รับการฉายาว่า “สามเหลี่ยมมรกต” เพราะเป็นพื้นที่ป่าอันอุดมสมบูรณ์ ที่เชื่อมต่อระหว่างประเทศไทย ลาว และกัมพูชา

ที่ตั้งอยู่บนเทือกเขาพนมดงรัก มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติมากมายทั้ง น้ำตก ลำห้วยที่สามารถล่องแพไม้ซุงธรรมชาติได้ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติหลายเส้นทาง เป็นต้น

ผู้มาเยือนมีการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทาง การท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมต่ำกว่าความคาดหวังก่อนการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวจะมี ศักยภาพระดับมาก เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีความสนุกสนานและสามารถสะท้อนอัต ลักษณ์ของท้องถิ่นได้ แต่ก็ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว แก่ผู้มาเยือนได้ เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่ง ท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชมและถ่ายรูป ความสวยงามของทัศนียภาพหรือแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหารที่มีชื่อเสียง ของจังหวัด เช่น ก๋วยจั๊บ หมูยอ หรือขนมเนื่อง การซื้อของฝากของที่ระลึกเท่านั้น ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความสนใจ ของผู้มาเยือนกลุ่มต่างๆได้ อีกทั้งไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ผู้มาเยือนได้มี ส่วนร่วมกับกิจกรรม เช่น การทำอาหาร และการประดิษฐ์ของที่ระลึกด้วยตนเอง ซึ่ง จะทำให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ตรงในการท่องเที่ยวและเกิดความภาคภูมิใจใต นเองที่ได้ลงมือทำกิจกรรมต่างๆด้วยตนเอง กิจกรรมที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวส่วน ใหญ่มุ่งเน้นให้ผู้มาเยือนเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน แต่ขาดการให้ความรู้เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยว เช่น ความเป็นมาและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ผู้ มาเยือนเกิดความสงสัยเมื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น หรือหากมีกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ รายรับที่ได้จากผู้มาเยือนมักจะกระจุกตัวอยู่กับ คนเฉพาะกลุ่ม ไม่มีการกระจายรายได้แก่ชุมชนได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการ ดำเนินงานในแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่ง ยังไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วน ร่วมใน การบริหารจัดการมากนัก หากมีการรวมกลุ่มด้านการท่องเที่ยวก็มักจะเป็น กลุ่มเฉพาะบุคคลที่มีความสนใจเท่านั้น ในมุมมองของผู้มาเยือนยังคิดเห็นว่ากิจกรรม การท่องเที่ยวบางแหล่งยังไม่มีความปลอดภัย เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวที่การล่องเรือ ไม่มีเสื้อชูชีพที่มีมาตรฐาน ขำรุด หรืออยู่ในสภาพไม่พร้อมใช้งาน กิจกรรมการ ท่องเที่ยวบางแหล่ง ไม่มีเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอในการดูแลความปลอดภัยแก่ผู้มาเยือน เช่น บริเวณน้ำตก หรือหน้าผา เป็นต้น

ผู้มาเยือนมีการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักในภาพรวมสูงกว่าความคาดหวังก่อนการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักนั้นมีศักยภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนได้ ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีที่พักที่มีความปลอดภัย สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนจำนวนมากและหลากหลายประเภทให้ผู้มาเยือนได้เลือกพักตามความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่พักในตัวเมืองไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ หรือโฮมสเตย์ ที่พักในจังหวัดอุบลราชธานีมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ สามารถเดินทางไปยังที่พักได้ง่ายและให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง กอปรกับพนักงานผู้ให้บริการในที่พักมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ต่อผู้เข้าพักทำให้ผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจในการเข้าพัก แต่หากเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนกรกฎาคมหรือช่วงเทศกาลเข้าพรรษาที่มีผู้มาเยือนจำนวนมากจะทำให้จำนวนที่พักที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้มาเยือนได้ ซึ่งจำทำให้ผู้มาเยือนบางรายต้องเดินทางไปพักยังที่พักที่อยู่ห่างจากตัวเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ผู้มาเยือนเกิดความไม่พึงพอใจ

ผู้มาเยือนมีการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมต่ำกว่าความคาดหวังก่อนการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววันนั้น แม้จะมีศักยภาพในระดับมาก เนื่องจากรถโดยสารที่ให้บริการแก่ผู้มาเยือนมีอัตราค่าโดยสารที่เป็นธรรม สามารถเดินทางไปสถานที่ขนส่งที่สะดวก และพนักงานขับรถมีความชำนาญในเส้นทาง แต่รถโดยสารที่จะเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีตารางการเดินรถอย่างสม่ำเสมอ ตลอดทั้งวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากตัวจังหวัด ตัวอำเภอ หรืออยู่ในถิ่นทุรกันดารที่จำเป็นต้องมีการต่อรถโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ไม่มีจุดต่อรถไว้คอยบริการทำให้เกิดการเดินทางที่ยากลำบาก อีกทั้งสภาพของรถโดยสารบางคันที่ให้บริการอยู่ในสภาพเก่าทำให้ผู้มาเยือนเกิดความไม่มั่นใจในความปลอดภัย สภาพของผิวถนนที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเป็นหลุมเป็นบ่อ ขรุขระ ถนนแคบทำให้ยานพาหนะบางประเภทไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น รถบัสหรือรถยนต์ส่วนตัว สำหรับผู้มาเยือนที่ใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความชำนาญในเส้นทาง แต่ในระหว่างการเดินทางไปยังแหล่งเที่ยวนั้นไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนหรือต่อเนื่องกันเป็นระยะ ทำให้ผู้มาเยือนเกิดการหลงทางได้ ดังนั้นแม้ว่ามีศักยภาพด้าน

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับมากแต่ก็ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนได้

ผู้มาเยือนมีการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมต่ำกว่าความคาดหวังก่อนการเดินทาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยวด้านที่พักนั้น แม้จะมีศักยภาพในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของร้านอาหารที่ให้บริการแก่ผู้มาเยือน ไม่ว่าจะเป็นอาหารท้องถิ่น เช่น อาหารเวียดนาม อาหารจีน อาหารอีสานที่ผู้มาเยือนสามารถเลือกรับประทานได้ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการมีศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่ผู้มาเยือน ร้านขายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าให้ผู้มาเยือนเลือกซื้อตามความสนใจ การมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานได้ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้มาเยือนสามารถใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือ การแชร์กิจกรรมการท่องเที่ยวของตนผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย การมีป้ายให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เพียงพอที่ผู้มาเยือนจะได้รับความสะดวกสบาย มีสถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงเพื่อดูแลช่วยเหลือผู้มาเยือนเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือการเจ็บป่วย แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนได้ เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีมีคฤหาสน์หรือผู้นำชมในท้องถิ่นเป็นผู้บรรยายหรือนำชมแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งในพื้นที่อันตรายก็ไม่มีป้ายเตือนเพื่อให้ผู้มาเยือนเกิดความระมัดระวังเมื่อท่องเที่ยว ทำให้ผู้มาเยือนอาจได้รับอันตรายหรือเกิดอุบัติเหตุขณะเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามสถานที่จอตรกก็ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้มาเยือนที่เดินทางด้วยยานพาหนะส่วนตัว เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ ทำให้ผู้มาเยือนต้องหาสถานที่จอดรถบริเวณอื่นใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว จึงต้องเดินเท้าด้วยระยะทางไกลมากขึ้นทำให้เกิดความเมื่อยล้าได้หรือบางครั้งก็ไม่สามารถหาสถานที่จอดรถได้ ทำให้ไม่สามารถเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ผู้มาเยือนชาวไทยยังมีความต้องการตู้เอทีเอ็มหรือการถอนเงินจากธนาคารในแหล่งท่องเที่ยว หากมีเงินสดไม่เพียงพอกับการใช้จ่ายก็สามารถถอนเงินสดได้จากตู้เอทีเอ็มหรือการถอนเงินจากธนาคาร เพราะการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดอุบลราชธานียังคงใช้วิธีการจ่ายเงินด้วยเงินสดเท่านั้น แต่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งกลับไม่มีตู้เอทีเอ็มหรือ

สถาบันการเงินให้บริการ ดังนั้นผู้มาเยือนจึงเกิดความไม่พึงพอใจเมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

หากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้มาเยือนก่อนการเดินทางได้จนเกิดความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวย่อมแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีศักยภาพในการรองรับผู้มาเยือนสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามความคาดหวังหรือเท่ากับความคาดหวัง และรวมถึงผลการปฏิบัติงานที่เกินความคาดหวังย่อมนำไปสู่ความพึงพอใจแต่ถ้าหากผลการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ ผู้มาเยือนเกิดความพึงใจต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านของจังหวัดอุบลราชธานีย่อมก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำหรือการบอกต่อ ซึ่งส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้านถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการดึงดูดให้ผู้มาเยือนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์ประกอบดังกล่าวต้องศักยภาพเพียงพอใน การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดย Dann (1977) และ Crompton (1979) ได้กล่าวว่า ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวนั้น ต้องมีความน่าสนใจ ความสะดวกสบาย มีชื่อเสียง มีความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและอื่นๆ เป็นปัจจัยก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้มาเยือนสามารถตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ อีกทั้งองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ (กุลวดี ละม้ายจิ้น. 2552 : ออนไลน์) หากสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้

4.5 การอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี คณะผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลในประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.5.1 จากการศึกษาพฤติกรรมผู้มาเยือนชาวไทยพบว่ามาเยือนชาวไทยที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนมักจะ

เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วง วันเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีงานทำประจำ กอปรกับมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน จึงจำเป็นต้องเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด โดยมักจะเดินทางท่องเที่ยวในคืนกรกฎาคม หรือในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาที่จะทำให้ผู้มาเยือนได้มีโอกาสเยี่ยมงานเทศกาลที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี ผู้มาเยือนชาวไทยนิยมจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยโดยรถยนต์ส่วนตัวเพราะมีความยืดหยุ่นในการเดินทางมากกว่าการเดินทางสามารถเลือกเวลาในการเดินทางได้ และหยุดแวะพักเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ บุคคลที่ร่วมเดินทางด้วยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มีจุดประสงค์ในการเดินทางของผู้มาเยือนส่วนใหญ่คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ ส่วนใหญ่พักค้างคืนจากการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด โดยคาดว่าจะมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีซ้ำ และผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเฟสบุ๊ค เนื่องจากเป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก มีการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ เนื่องจากข้อมูลทางการท่องเที่ยวนั้นเกิดจากประสบการณ์การเดินทางของเจ้าของเพจและนำมาบอกต่อซึ่งเป็นข้อมูลที่นักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ สอดคล้องงานวิจัยของชนินทร์ เก่งกล้า และอติ มีปลั่ง (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะมาจากอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ถือว่านักท่องเที่ยวได้รับค่อนข้างน้อย อาจจะมาจาก การประชาสัมพันธ์ที่ไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยว คือ รถยนต์ เนื่องจากสะดวก ส่วนช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะหยุดในวันเสาร์-อาทิตย์ ทำให้สามารถมาเที่ยวได้สะดวก ส่วนบุคคลที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะเป็นพ่อแม่ ครอบครัว รองลงมา คือ เพื่อน เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวกับพ่อแม่ ครอบครัว หรือพ่อแม่ ครอบครัวแนะนำให้มาเที่ยว หรือไม่ก็จะมาเที่ยวกับเพื่อนในวันหยุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกอบกาญจน์ เจริญทอง (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า โอกาสในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นช่วง

วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกเมื่อมีโอกาส

ดังนั้นคณะผู้วิจัยเห็นว่าหากต้องการให้ผู้มาเยือนชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางสำหรับเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือนที่นิยมการเดินทางด้วยตนเอง และให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ อีกทั้งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนานผ่อนคลายและเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกับผู้เดินทางผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้บริการที่พักที่สะดวกสบายและมีมาตรฐานในการบริการแก่ผู้มาเยือน เมื่อผู้มาเยือนเกิดความประทับใจในการเดินแล้ว จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางซ้ำในโอกาสต่อไป

4.5.2 จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเยือนชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านที่พัก องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในการดึงดูดให้มีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี หากมีหน่วยงานอิสระองค์กรต่างๆ มีการส่งเสริมหรือพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านให้ตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้มาเยือนได้ สอดคล้องงานวิจัยของกับพรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่ง ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มีความสวยงามและมีบรรยากาศดี และความโดดเด่นของสถานที่ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้มาเยือนชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบด้านที่พัก เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงมีที่พักจำนวนมากซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถ

เลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเกิดความพึงพอใจ แต่ผู้มาเยือนชาวไทยไม่พึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วม และการเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะมีข้อจำกัดเรื่องรอบเวลาในการให้บริการ รวมถึงในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้มาเยือนชาวไทย จึงทำให้ผู้มาเยือนชาวไทยเกิดความไม่พึงพอใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประพินรัตน์ จงกล (2556 : บทคัดย่อ) ซึ่งทำ การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ควรปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และปรับปรุงรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ของบริการเพิ่มรถประจำทาง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านสาธิตภูมิปัญญา และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น

ดังนั้นคณะผู้วิจัยเห็นว่าหากต้องการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือนได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.6 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

4.4.1 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวระหว่างเส้นทางการท่องเที่ยว เช่น แหล่งซื้อของฝากของที่ระลึก รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระหว่างเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก การพัฒนาห้องน้ำ เป็นต้น ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้มาเยือนชาวไทย

4.4.2 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีควรพัฒนาปฏิทินการท่องเที่ยวประเพณี 12 เดือนของจังหวัด

อุบลราชธานีเพื่อให้ผู้มาเยือนชาวไทยสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีได้ตลอดทั้งปี

4.4.3 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวในการให้บริการแก่ผู้มาเยือนชาวไทย เช่น พนักงานผู้ให้บริการในโรงแรม หรือธุรกิจบริการ และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

4.4.4 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีควรจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวและแผนที่ในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับให้ข้อมูลแก่ผู้มาเยือนชาวไทยในจุดที่ผู้มาเยือนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

5. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

4.7.1 ควรมีการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีของผู้มาเยือน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

4.7.2 ควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2560). ข้อมูลสถิติผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว

ภายในประเทศในปี พ.ศ 2559. สืบค้น 30 สิงหาคม 2560. จาก

<http://www.tourism.go.th>.

กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม. สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2556 –

2560. สืบค้น 30 สิงหาคม 2560. จาก <https://www.mots.go.th>

- _____. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. สืบค้น 30 สิงหาคม 2560. จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). องค์ประกอบการท่องเที่ยว. สืบค้น 20 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.kmuttaradit.com>.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และ นิธิ มีปลื้ม. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนชาวจีนที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ประพินรัตน์ จงกล. (2556). กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภรดา มาจันทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสีเขียวบ่อน้ำพุร้อนแม่ภาษา อำเภอแม่สลด จังหวัดตาก กรณีศึกษาการจัดการบ่อน้ำพุร้อนแม่ภาษา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). พฤติกรรมผู้มาเยือน. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวิณีย์ ไสยณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อผู้มาเยือนชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้น 23 กันยายน 2559. จาก <https://www.tci-thaijo.org>.

- Crompton, J. (1979) Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research* 6(4).
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research* 4(4).
- Orawee Hodge. (ม.ป.ป.). 10 อันดับเมืองท่องเที่ยวยอดเยี่ยมแห่งปี พ.ศ. 2559. สืบค้น 31 ตุลาคม 2560.
จาก <https://www.skyscanner.co.th/news/inspiration/thailand-popular-destinations-2016-first-half/>.

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

- จารุวรรณ โคตรพงษ์. 30 กรกฎาคม 2560. บริษัท เอ็มเจ ฮอติเคย์ ทัวร์
- จารุวรรณ บุตดาซุย. 14 มีนาคม 2560. รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี.
- ดิณณ์ สุขโกเมศ. 20 สิงหาคม 2560. บริษัท ตรีซีซั่น จำกัด
- ปวีณา กิตติสรยุทธ์. 20 สิงหาคม 2560. บริษัท Vega Tour & Travel Co,Ltd.
- วรัญญา อินทรพันธุ์. 14 มีนาคม 2560. นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี.
- วิศาล พิริยะกิจไพบูลย์. 30 กรกฎาคม 2560. บริษัท อุบลสุรชัยทัวร์ จำกัด
- สุกัลยา ทิพคุณ. 19 สิงหาคม 2560. บริษัท เฟิร์สคลาส ทัวร์ แอนด์ ทราเวล.