

อิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม

THE INFLUENCE OF TOURIST BEHAVIOR AND TOURISM MANAGEMENT ON TOURIST'S SATISFACTION OF KHMER CIVILIZATION ROUTE

สุวัฒนา ตุงสวัสดิ์*

Suwattana Tungsawat

Received: April 31, 2019

Revised: June 10, 2019

Accepted: June 18, 2019

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงประวัติศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์และสุรินทร์ จำนวน 500 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้รูปแบบการท่องเที่ยว

* Department of Management, Business Administration Faculty, Rajamangala University of Technology Isan.

เชิงนิเวศมีความแตกต่างกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยพบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, การบริหารจัดการการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ

ABSTRACT

This study aims 1) to study the influence of tourist behavior and tourism management on tourist satisfaction of Khmer civilization route and 2) to compare the differences in traveling patterns on tourist behavioral, tourism management and tourist satisfaction on the Khmer civilization route. The data were collected from tourists visiting ecological and historical sites in Khmer civilization area in Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Buriram and Surin. The questionnaire was used as a tool to collect data. The results were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation. Then, the hypotheses were tested by structural equation modeling. The results indicated that tourist behavior and tourism management significant influence on tourist satisfaction on Khmer civilization route tourism. In addition, there are a difference between the historical tour and the ecotourism tour. It was found that historical tourist behavior was higher associated with tourism management than that of ecotourism. In order to satisfy tourists and promote tourism on the path of civilization, the relevant agencies should focus on continuously developing a systematic tourism management and public relations. It will enhance the tourism potential.

Keywords: Tourist Behavior, Tourism Management, Tourist Satisfaction

1. บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของโลกมีแนวโน้มมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (The official site of Tourism Authority of Thailand, 2017) รวมถึงการนำเอาศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และประเพณีมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จึงเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่นำเอาธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และประเพณีมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวชาติที่สนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรมและมรดกประเพณีทางประวัติศาสตร์สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Resources) มากเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้โดยมีแหล่งธรรมชาติและประวัติศาสตร์จำนวนมากกระจายอยู่ตามภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศซึ่งแสดงให้เห็นถึง วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ประวัติศาสตร์ วิธีการดำเนินชีวิต และความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชนบท (The official site of Tourism Authority of Thailand 2009) ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันและมีศักยภาพในการทำรายได้ให้กับประเทศไทยสูง (Management system certification institute (Thailand), 2007)

“นครชัยบุรีรินทร์” ประกอบด้วยจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์เป็นกลุ่มจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบในด้านพื้นที่ซึ่งมีทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาศิลปะ วัฒนธรรมมรดกประเพณีทางประวัติศาสตร์ที่หลากหลายและมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับยุคสมัยด้วยการจัดทำ Application บนมือถือเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ที่พักร้านอาหาร รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมการตลาดหรือ Road Show ทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (<https://nakhonchaiburin.wordpress.com/>) และจากผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2557 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 98.20 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 1.80 โดยจังหวัดนครราชสีมา มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 65.97 รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ ร้อยละ 12.50 จังหวัดบุรีรัมย์ ร้อยละ 11.61 และจังหวัดสุรินทร์ ร้อยละ 9.92 ตามลำดับ จากข้อมูลสะท้อนให้หน่วยงานภาครัฐ

เล็งเห็นถึงความสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดดังกล่าว เนื่องจากเป็นงานที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและประชาชน โดยภาครัฐได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติและวิถีชีวิตควบคู่กับการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งมีโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองตามเส้นทางอารยธรรมขอมด้วยการดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาเส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ลานกางเต็นท์ ห้องน้ำ ตลอดจนโครงการพัฒนาศักยภาพและการรักษาความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวด้วยการติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิด CCTV อย่างไรก็ตามการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรมและขาดการบริหารจัดการที่ดีโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญ ที่ส่งผลให้ความได้เปรียบและรายได้ของประเทศลดลง (Department of Tourism, 2015: 1)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่นำมาสู่ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ 2) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงที่มีความพึงพอใจจึงได้นำแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) มาใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันความสอดคล้องของทฤษฎีกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาและหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร (Suksawang, 2014)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมโดยการเลือกพื้นที่สำหรับการศึกษาแบบเจาะจง ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ 1) จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์และสุรินทร์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยว 2) รูปแบบ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 250 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 250 คน เท่ากัน รวมจำนวนทั้งสิ้น 500 คน ซึ่งการกำหนดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นเป็นไปตามเกณฑ์การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Kline, 2015) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ของแต่ละจังหวัดในสัดส่วนที่เท่ากัน

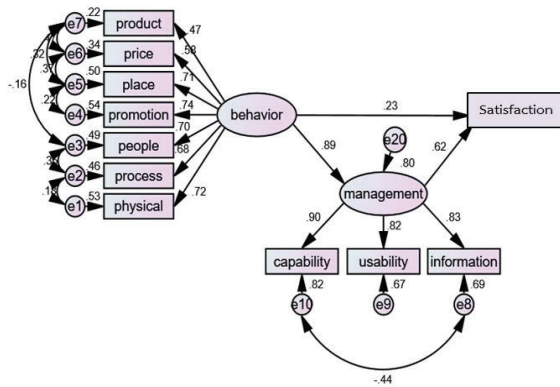
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามโดยผ่านการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดอันตภาค 5 ระดับ โดยทุกกลุ่มตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (coefficient Alpha's Cronbach) อยู่ในช่วง 0.953–0.963 ซึ่งมากกว่า 0.7 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Santos, 1999) สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนต่อไปได้ สำหรับการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (content validity) โดยการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของแบบจำลองการวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย แบบจำลองการวัดการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และแบบจำลองการวัดความพึงพอใจ พบว่าแบบจำลองการวัดทั้ง 3 แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) น้อยกว่า 3 (Hair, et al., 2010) หรือน้อยกว่า 5 (Schumacker & Lomax, 2004) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) มากกว่า 0.90 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) น้อยกว่า 0.08 (Kline, 2015) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาทั้ง 3 ตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสามารถนำไปวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้อย่างเหมาะสม แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของแบบจำลองการวัด

แบบจำลองการวัด (Measurement Model)	ค่าดัชนี วัดความสอดคล้อง
แบบจำลองการวัดพฤติกรรมท่องเที่ยว	$\chi^2 / df = 1.202$; CFI = 0.999; TLI = 0.997; RMSEA = 0.020
แบบจำลองการวัดการบริหารจัดการ	$\chi^2 / df = 2.400$; CFI = 0.981; TLI = 0.973; RMSEA = 0.053
แบบจำลองการวัดความพึงพอใจ	$\chi^2 / df = 2.529$; CFI = 0.989; TLI = 0.981; RMSEA = 0.055

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ในการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการทดสอบการแจกแจงของข้อมูล พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .230 ถึง .890 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าไม่เกิน 0.9 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ (Field, 2005) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างความพึงพอใจ พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาเกณฑ์ดัชนีวัดความสอดคล้องได้แก่ ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 3.706 ซึ่งน้อยกว่า 5 (Schumacker and Lomax, 2004) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.946 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.929 ซึ่งมากกว่า 0.900 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.074 ซึ่งน้อยกว่า 0.080 (Kline, 2015) เมื่อพิจารณาค่าขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.890 ($p < .001$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.230 ($p < .001$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และพบว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.620 ($p < .001$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 รายละเอียดดังภาพที่ 1



Chi-square = 429.925, df = 116, chi-square/df = 3.706, CFI = 0.946, TLI = 0.929, RMR = 0.025, RMSEA = 0.074

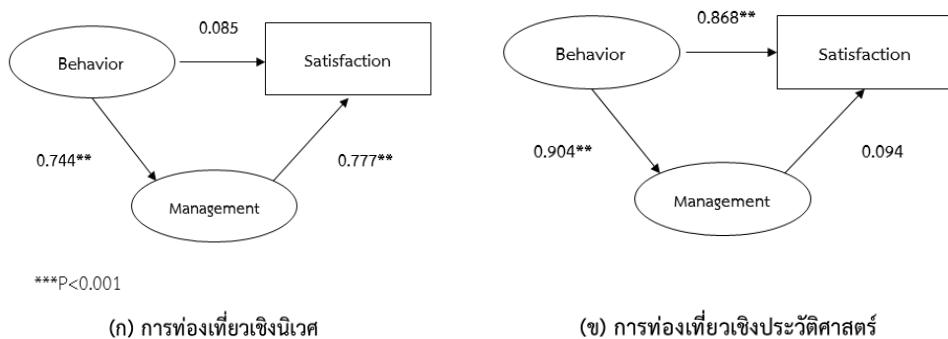
ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความพึงพอใจ

4.2 ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนภายใต้สมมติฐานย่อย 4 สมมติฐานซึ่งเป็นหลักการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนที่มีความเข้มงวดน้อยที่สุด (least restriction) ไปจนถึงการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนที่มีความเข้มงวดมากที่สุด (most restriction) ได้แก่ 1) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของรูปแบบแบบจำลอง (model form) (H_{form}) 2) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (H_{Λ_x}) 3) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกตได้ ($H_{\Lambda_x\theta_s}$) และ 4) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของความแปรปรวนขององค์ประกอบ ($H_{\Lambda_x\theta_s\phi}$) พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างความพึงพอใจมีความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พิจารณาจากค่าดัชนีวัดความสอดคล้องและค่าผลต่างของดัชนีวัดความสอดคล้อง $\Delta\chi^2 / \Delta df$ น้อยกว่า 3 ค่า ΔCFI ΔTLI และ $\Delta RMSEA$ มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ .01 (Byrne, 2008; Chen, Sousa, & West, 2005) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับรูปแบบการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภท จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2 รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องและผลต่างของดัชนีวัดความสอดคล้องในการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองสมการโครงสร้างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ดัชนี	เกณฑ์	H_{form}	H_{Λ_x}	$H_{\Lambda_x\Theta_\delta}$	$H_{\Lambda_x\Theta_\delta\Phi}$
Chi-square	-	633.774	745.871	797.210	904.921
Df	-	206	221	227	247
Chi-square/df	<5	3.077	3.375	3.512	3.664
CFI	>0.90	0.923	0.906	0.897	0.882
TLI	>0.90	0.886	0.869	0.862	0.853
RMSEA	<0.08	0.065	0.069	0.071	0.073
$\Delta\chi^2 / \Delta df$	<3	-	-0.298	-0.137	-0.152
ΔCFI	≤ 0.01	-	0.017	0.009	0.015
ΔTLI	≤ 0.01	-	0.017	0.007	0.009
$\Delta RMSEA$	≤ 0.01	-	-0.004	-0.002	-0.002

เมื่อพิจารณาค่าขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรของโครงสร้างที่ทำการศึกษาโดยเปรียบเทียบแบบจำลองของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ ขณะที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ตัวแปรด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ รายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการเปรียบเทียบค่าขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงจำแนกตามประเภท

5. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ทั้งนี้เนื่องจากทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกสบายรวมถึงเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด สวยงามและเป็นระเบียบ ลานจอดรถมีความปลอดภัย ห้องสุขาสะอาด มีถึงขยะที่เพียงพอ มีป้ายแสดงแผนที่และป้าย บอกรายละเอียดเข้า-ออกที่ชัดเจน และลำดับสุดท้ายคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีทัศนียภาพและภูมิทัศน์ที่สวยงามมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suksanchananun (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsuk (2014) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พีพีเล จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Sripairoj and Silanoi (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในตลาดย้อนยุค : กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว พบว่า ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวมีภูมิทัศน์ที่สวยงามรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ระบบไฟฟ้า แสงสว่าง ลานจอดรถ ห้องสุขาได้รับการปรับปรุงและดูแลรักษาเพื่อปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวได้คำนึงถึงความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับพื้นที่ด้วยการแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) สำหรับบริเวณท่องเที่ยวและบริเวณอนุรักษ์ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและสมบูรณ์คงสภาพตามธรรมชาติ และลำดับสุดท้ายได้แก่ ด้านการจัดการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกโดยแหล่งท่องเที่ยวมี

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อปฏิบัติและเส้นทางเดินทางท่องเที่ยว ป้ายเตือนห้ามขีดเขียนผนัง ห้ามทิ้งขยะทิ้งนี้เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกและไม่ให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่าระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ringkananong (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ และด้านการจัดการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาขนาดอิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กล่าวคือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการท่องเที่ยวมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นอย่างมากเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม ประเพณีและประวัติศาสตร์ดังจะเห็นได้จากกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นเขตสำหรับการอนุรักษ์สิ่งปลูกสร้างอันทรงคุณค่า โดยคำนึงถึงความสามารถและความเหมาะสมของพื้นที่ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วย อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกและไม่ให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยวควรนำไปพิจารณาเพื่อใช้ในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แหล่งท่องเที่ยวควรพิจารณาถึงจำนวนเจ้าหน้าที่ที่คอยให้คำแนะนำหรืออธิบายข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและทันท่วงที

6.2 ด้านวิธีให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ควรพิจารณาถึงจำนวนและขนาดของป้ายแนะนำขั้นตอนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ป้ายเตือนเกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัย และป้ายข้อควรปฏิบัติ ต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การงดสูบบุหรี่ หรือการงดใช้เสียงในเขตพื้นที่อนุรักษ์ให้มีจำนวนที่เพียงพอและมีขนาดที่เหมาะสมและชัดเจน รวมถึงควรมีการตรวจสอบป้ายที่ชำรุดหรือสูญหายอยู่เสมอซึ่งในกรณีนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบถึงขั้นตอนต่างๆ และข้อควรปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยว

6.3 ด้านการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรพิจารณาถึงค่าธรรมเนียม การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเทศกาล และควรเน้นและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวยังมีประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยวควรนำไปพิจารณาเพื่อใช้ในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว คือ ด้านการจัดการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก แหล่งท่องเที่ยว ควรพิจารณาถึงการปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวด้วยการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม รวมถึงการจัดการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปปฏิบัติและประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

References

- Byrne, B. M. (2008). Testing for Multigroup Equivalence of A Measuring Instrument: A Walk Through The Process. *Psicothema* 20(4): 872-882.
- Chen, F. F., Sousa, K. H., and West, S. G. (2005). Testing Measurement Invariance of Second - Order factor Models. *Structural Equation Modeling* 12(3): 471-492.
- Field, A. P. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). London: Sage.
- Gee, C. Y. and Choy. J. L. (1989). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand. 98.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Educational International.
- Jittangwattana, B. and Wongpuntanan, P. (2014). *Psychology and Quality of Service tourism*. Bangkok. Chulabook center.

- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: Guilford publications.
- Kotler Philip. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc. 95.
- Nakhonchaiburin. (2017). *Nakhonchaiburin Chaem*. Accessed: June 24, 2017, From: <https://nakhonchaiburin.wordpress.com/>
- Parasakul, L. (2012). *Tourist Behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Ployrungrroj, R. (2015). *Tourist Behavior*. Bangkok: Odeon store.
- Rattanapong, T. (2015). *Effects of Engagement and Satisfaction are More Inclined to Come Back Repeatedly. The Attractions in The Province of Nakhon Si Thammarat*. Thesis. Master of business administration (Tourism Management). Prince of Songkla University.
- Ringkananong, W. (2018). *Ecotourism Management Model Affects on Satisfaction of Thai Tourists in Wang Nam Khiao District, Nakhon Ratchasima Province*. Independent Study. (Master of thesis). Rajamangala University of Technology Isan.
- Robinson and Etherington. (2006). *Customer Loyalty : A Guide for Time Travelers*. New York : Palgrave Macmillan. 6-8.
- Santos, J. R. A. (1999). Cronbach's Alpha: A tool for assessing the reliability of scales. *Journal of extension* 37(2) : 1-5.
- Schumacker, R. E., and Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Suksanchananun, W. (2016). Tourists' Expectation and Satisfaction of Home Stay Services at KOH-YOR. *WMS Journal of Management* 5(1), 60-73
- Suksawang, P. (2014). The Basics of Structural Equation Modeling. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 6(2), 136-145.
- The official Site of Tourism Authority of Thailand. (2009). *Thailand's Travel Information*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.