

ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

Study the perception of tourists in the area of Nakhon Si Thammarat

มนตรีธา สังข์ทอง*, ธนภฤต ยอดอุดม และวชิรวิทย์ บัวขาว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Monthira Sangthong*, Tanakrit Yordudom and Washirawit Buakaw

Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.8 มีอายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 35.5 การรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออฟไลน์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ จากวิทยุ โทรทัศน์ ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวของสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ จากเว็บไซต์/เว็บบล็อก ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06

คำสำคัญ : การรับรู้ด้านการท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study the perception of tourists in Nakhon Si Thammarat. The data was conducted by using questionnaire with tourist who traveled to Nakhon si thammarat.

The result shown that people in this community have a positive attitude towards tourism and services. After analyzing the data, it illustrated that the perception of tourists visiting Nakhon Si Thammarat are mostly female (72.8 percent) and older than 45 years (35.5 percent) They are offline travel awareness and perceive information from friends and relatives at high level at average 4.10. Secondly, they rely on information from radio and television at a high level at average 3.57. However, in terms of travel awareness of online media, tourists place importance on the perception of information from Facebook at average 4.31 which was the highest score, followed by the Web site / weblog with a high level of 4.06.

Keyword: Travel Awareness, Tourist behaviors

บทนำ

จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ มีเนื้อที่ประมาณ 9,942.502 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6,214,064 ไร่ มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ หรือประมาณร้อยละ 1.98 ของพื้นที่ทั้งประเทศ (Development strategy Nakhon Si Thammarat Provincial Administration Organization, 2011-2015) จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญของภาคใต้มาตั้งแต่โบราณกาล และยังคงเป็นจังหวัดที่มั่งคั่งทางเศรษฐกิจตราบจนปัจจุบัน ด้วยทำเลของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองที่มีเสน่ห์น่าไปเยือนมากเมืองหนึ่ง นอกจากนี้จะมีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม เช่น เขาหลวง หรือชุมชนพัฒนาตัวอย่างที่บ้านคีรีวง แล้วเมืองนครยังเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรม มีทั้งหนังตะลุง มโนราห์ที่แฝงไว้ด้วยคติธรรม เป็นเมืองพุทธในแดนใต้ พระมหาธาตุวรมหาวิหาร มรดกทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์มายาวนานกว่า 1800 ปี นครศรีธรรมราชซึ่งเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยว ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานและแหล่งธรรมชาติยิ่งใหญ่ของภาคใต้ก็เป็นหนึ่งในเจ้าของรางวัลกินรี (tourism awards) ด้านแหล่งท่องเที่ยวรางวัลสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีอำเภอต่างๆ ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวค่อนข้างสมบูรณ์

การสื่อสารทางการตลาดให้กลุ่มลูกค้าเรื่องข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ที่สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบัน การตลาดได้มีวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนไปตามปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงด้านเทคโนโลยี ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารดังกล่าวเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว และเกิดความชัดเจนทางการสื่อสารทางการตลาดได้อย่างแม่นยำ คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา การบูรณาการเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำด้วยข่าวสารที่ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเวลาที่เหมาะสม และด้วยช่องทางที่ถูกต้อง ซึ่งความจำเป็นที่ต้องมีความเปลี่ยนแปลงต่างๆ จึงส่งผลทำให้การสื่อสารการตลาด มีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเช่นกัน จากเดิมที่การสื่อสาร ดังนั้นเพื่อจะเป็นการยกระดับของการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงทำการศึกษารับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษารับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้มีการกำหนดขอบเขตของงานวิจัย ด้านเนื้อหา ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านพื้นที่การศึกษาและด้านระยะเวลา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา วิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

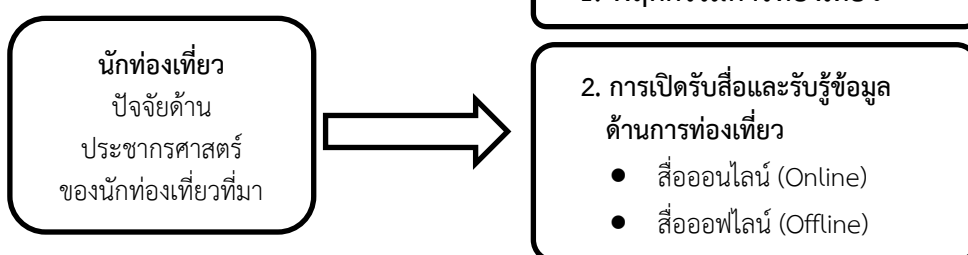
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกการศึกษาในพื้นที่จังหวัด

นครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ ระยะเวลา 1 ปี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถาม แบบมาตราวัด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน สำรองเพิ่มอีก 15 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณนั้น คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. คณะผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปร

2. คณะผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามด้านการรับรู้ ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมนิยามตัวแปรที่กำหนด

แบบสอบถาม (questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชในครั้งนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีลักษณะเป็น checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Questions)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็น checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-end Questions) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2 วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว 3 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว 4 ช่องทางการรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้ ระดับการรับรู้มากที่สุด รับรู้มาก รับรู้ปานกลาง รับรู้น้อย และรับรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพเพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โครงสร้าง และด้านเทคนิค เนื้อหา และระเบียบวิธีวิจัยโดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง (ค่า index of item objective congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

2. คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (try out) โดยให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 40 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามและหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach, 1974, 161) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) แล้วนำผลที่ได้จาก

การเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaires) จำนวน 400 ชุด จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental Sampling) จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการเฉลี่ย (Sri Sa-at, B., 1999)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{ค่าของชั้นที่มากที่สุด} - \text{ค่าของชั้นที่น้อยที่สุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1) / 5 = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยของระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยว กำหนดไว้ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง รับรู้มากที่สุด 3.41– 4.20 หมายถึง รับรู้มาก 2.61 – 3.40 หมายถึง รับรู้ปานกลาง 1.81 – 2.60 หมายถึง รับรู้น้อย และ 1.00 – 1.80 หมายถึง รับรู้น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถาม แบบมาตราวัด คณะผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ –เมษายน 2561 จำนวน 400 คน จากนั้นได้ทำการประมวลผลข้อมูลด้วย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 10.0 มีผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้มาท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	109	27.3
หญิง	291	72.8
อายุ		
18-25 ปี	79	19.8
26-35 ปี	74	18.5
36-45 ปี	105	26.3
มากกว่า 45 ปี	142	35.5
สถานภาพการสมรส		
โสด	260	65.0
สมรส	123	30.8
อยู่ร้าง	17	4.3
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0.0
มัธยมศึกษา	9	2.3
ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา	19	4.8
ปริญญาตรี	261	65.3
ปริญญาโท	99	24.8

สูงกว่าปริญญาโท	12	3.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	58	14.5
พนักงานบริษัทเอกชน	116	29.0
ธุรกิจส่วนตัว	62	15.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	157	39.3
อื่น ๆ	7	1.8
ระดับรายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	13.5
10,000-20,000 บาท	61	15.3
20,001-30,000 บาท	62	15.5
30,001-40,000 บาท	63	15.8
40,001-50,000 บาท	69	17.3
สูงกว่า 50,000 บาท	91	22.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 รายละเอียดของข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เพศชาย 109 คน เพศหญิง 291 คน ส่วนใหญ่มีอายุสูงกว่า 45 ปี ร้อยละ 35.5 โดยเป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 36-45 ปี ร้อยละ 26.3 และอายุ 18-25 ร้อยละ 19.8 เป็นคนโสด ร้อยละ 65.0 สมรส 30.8 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.3 ปริญญาโท ร้อยละ 24.8 ระดับประกาศนียบัตร/อนุปริญญา ร้อยละ 4.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.0 ส่วนนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 14.5 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 22.8 มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท และร้อยละ 17.3 มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 40,001-50,000 บาท ส่วนร้อยละ 15.8 มีรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	321	80.3
เพื่อการประชุมสัมมนา	29	7.2
เพื่อเยี่ยมญาติ/พี่น้อง	114	28.5
เพื่อการศึกษา	65	16.3
ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	35	8.8
เพื่อรักษาสุขภาพ	20	5.0
เพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม	54	13.5
เพื่อเรียนรู้/ร่วมกิจกรรมทางศาสนา	27	6.8
เพื่อร่วมแข่งกีฬา	11	2.8
เพื่อศึกษาดูงาน	31	7.8

อื่น ๆ	5	1.3
--------	---	-----

จากตารางที่ 2 รายละเอียดของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 80.3 เพื่อเยี่ยมญาติ/พี่น้อง ร้อยละ 28.5 เพื่อการศึกษา 16.3 เพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ของวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีเดินทางมาท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
รถส่วนตัว	271	67.8
รถโดยสารประจำทาง	50	12.5
บริษัทนำเที่ยว	4	1.0
เครื่องบิน	69	17.3
รถไฟ	6	1.5

จากตารางที่ 3 วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 17.3 ส่วนการเดินทางรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ ของลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	71	17.8
กลุ่มเพื่อน	205	51.2
ครอบครัว	265	66.3
บริษัทนำเที่ยว	6	1.5
หน่วยงาน	23	5.8

ตารางที่ 4 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ครอบครัวเดินทางมากับครอบครัว ร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ เดินทางกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 51.2 ส่วนการเดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 17.8

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราช ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากช่องทางใด	จำนวนคนที่เลือก (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ส่วนตัว	180	45.0
คำแนะนำจาก เพื่อน ญาติ คนรู้จัก	230	57.5
หนังสือพิมพ์	10	2.5
นิตยสารท่องเที่ยว	53	13.5
เว็บไซต์	135	33.8
โทรทัศน์	41	10.3
เฟซบุ๊ก (facebook)	170	42.5

ไลน์ (line)	25	6.3
เว็บบล็อก (weblog)	12	3.0

ตารางที่ 5 ก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยว จากคำแนะนำจาก เพื่อน ญาติ คนรู้จัก ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือประสบการณ์ส่วนตัว ร้อยละ 45.0 ส่วน จากเฟซบุ๊ก ร้อยละ 42.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์	ความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	แปล ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
เพื่อน ญาติ คนรู้จัก	5 (1.3)	7 (1.8)	72 (18.0)	174 (43.5)	142 (35.5)	4.10	มาก
สิ่งพิมพ์	17 (4.3)	27 (6.8)	131 (32.8)	188 (47.0)	37 (9.3)	3.50	มาก
วิทยุ โทรทัศน์	8 (2.0)	42 (10.5)	121 (30.3)	172 (43.0)	57 (14.2)	3.57	มาก
ป้าย ประกาศโฆษณา	24 (6.0)	50 (12.5)	146 (36.5)	133 (33.3)	47 (11.8)	3.32	ปานกลาง
โปรเซสเซอร์	37 (9.3)	55 (13.8)	159 (39.8)	119 (29.8)	30 (7.5)	3.13	ปานกลาง
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	11 (2.8)	38 (9.5)	131 (32.8)	163 (40.8)	57 (14.2)	3.54	มาก

ตารางที่ 6 รายละเอียดการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับ มาก ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน ญาติ คนรู้จักสูงที่ระดับ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รับรู้จากวิทยุ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.57 รับรู้จาก ททท. ค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนการรับรู้จากสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออนไลน์

สื่อ ออนไลน์	ความสำคัญ จำนวน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
อินสตา แกรม	33 (8.3)	45 (11.3)	121 (30.3)	150 (37.5)	62 (15.5)	3.40	มาก
แอปพลิ เคชั่น	22 (5.5)	38 (9.5)	131 (32.8)	163 (40.8)	57 (14.2)	3.46	มาก
เฟซบุ๊ก	7 (1.8)	9 (2.3)	49 (12.3)	123 (30.8)	212 (53.0)	4.31	มากที่สุด
ยูทูป	11 (2.8)	29 (7.2)	75 (18.8)	176 (44.0)	109 (27.3)	3.86	มาก

เว็บไซต์/ เว็บบล็อก	5 (1.3)	20 (5.0)	56 (14.0)	185 (46.3)	134 (33.5)	4.06	มาก
ไลน์	16 (4.0)	34 (8.5)	117 (29.3)	162 (40.5)	71 (17.8)	3.60	มาก

ตารางที่ 7 รายละเอียดการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ การรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์/ เว็บบล็อก ที่ระดับ ค่าเฉลี่ย 4.06 รับรู้จากยูทูปมีค่าเฉลี่ย 3.86

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ผู้มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เพศชาย 109 คน เพศหญิง 291 คน ส่วนใหญ่มีอายุสูงกว่า 45 ปี ร้อยละ 35.5 เป็นคนโสด ร้อยละ 65.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.3 อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 22.8 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 80.3 ซึ่งสอดคล้องกับ Sripimolsompong, C. (1999) ได้ให้ความหมายเช่นเดียวกับ Hangsat, (1989) ว่า การท่องเที่ยวคือ การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจและมีเงื่อนไข

2. วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 67.8 สอดคล้องกับ Kongcharoenkai, S. (2005) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว

3. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ร้อยละ 66.3 ซึ่งสอดคล้องการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sitthicharoen, C. (2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัวและการเดินทางเป็นกลุ่มโดยจัดโปรแกรมการเดินทางด้วยตนเอง

4. ก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยว จากคำแนะนำจาก เพื่อน ญาติ คนรู้จัก ร้อยละ 57.5 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมาจากบุคคลใกล้ชิดและคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องรูปแบบการขายโดยพนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับโดยตรง ซึ่งเรียกว่าการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งทำให้ผู้รับข่าวสารได้ทันที และสอดคล้องกับ Phakraengchan, S. (1988) ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลเช่น เพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง คนในครอบครัว เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ในการรับข้อมูลมากที่สุด และสอดคล้องกับ Ongprung, S. (2001) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงโต้ตอบได้ทันที สร้างแรงจูงใจและความเข้าใจให้ผู้รับและผู้ส่งสารได้ดี ซึ่งสื่อบุคคลยังมีบทบาทต่อคนไทยอยู่มาก เนื่องจากวิถีชีวิตของสังคมไทยเป็นแบบเครือญาติ และสอดคล้องกับ Chaepatrep, S. (1996) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่สามารถโต้ตอบได้รวดเร็ว และหากไม่เข้าใจก็ไต่ถามได้ทันที และผู้ส่งสารเองก็แก้ไขปรับปรุงสารที่ส่งออกไปได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงและทำให้คน

เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จะรับรู้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยได้รับคำแนะนำหรือการบอกต่อจากคนรู้จัก ญาติ หรือเพื่อน มากกว่าจากแหล่งข้อมูลอื่น และยังสอดคล้องกับ Kongcharoenkai, S. (2005) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมาจากการบอกต่อของญาติ และเพื่อน

5. รายละเอียดการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออฟไลน์ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน ญาติ คนรู้จักสูงที่ระดับ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siththicharoen, C. (2007) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ญาติ พี่น้อง เพื่อน และคนในครอบครัว

6. รายละเอียดการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ของสื่อออนไลน์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 4.31 สอดคล้องกับ Banthathong, K. (2014) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 7-10 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้ครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องผลของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการตัดสินใจท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่ว่า การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อประโยชน์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถส่วนตัวพร้อมกับครอบครัว หรือมากับกลุ่มเพื่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชจากคำแนะนำกลุ่มเพื่อน คนรู้จัก หรือนักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชจากสื่อ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1. สื่อออฟไลน์ ได้แก่ เพื่อน ญาติ คนรู้จัก วิทยุ โทรทัศน์และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อประเภทที่ 2 คือ สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์/เว็บบล็อก และ จากยูทูบ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรปรับการให้บริการที่รองรับนักท่องเที่ยว ทั้งด้านที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านขายของที่ระลึกและขายของฝาก ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

2. ด้านการรับรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ รับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจาก ญาติ เพื่อน คนรู้จัก และจากสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น ควรใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว โดยการ จัดทำและเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่ตรงกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

3. ด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการจัดเตรียมแผนการท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอบึงนาราง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนงบประมาณ จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) และ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Reference

- Sangpikul, A. (2009). *Principles of tourism marketing*. (3rd Edition). Bangkok: University Press Dhurakit Business. (In Thai)
- Books, B., George E., & Belch, M. A. (1993). *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Boston: Mass: Richard D.
- Sri Sa-at, B. (1999). *Statistical methods for research*. (2nd Edition). Bangkok: Suwiryasan. (In Thai)
- Tangwattana, B. (1999). *Sustainable tourism development*. Chiang Mai: Faculty of Humanities. Chiang Mai University. (In Thai)
- Pimolsompong, C. (2005). *Tourism marketing planning and development*. Bangkok: Faculty of Humanities Kasetsart University. (In Thai)
- Sangyenphant, C. (2011). *Effects of information from online media on tourism decisions of Thai tourists*. (Master's thesis). Chulalongkorn University. (In Thai)
- Sitthicharoen, C. (2007). *Tourism behavior in the northern region of Thai tourists. Independent research* (Master of Business Administration). College Chiang Mai University. (In Thai)
- Samuejai, C. (2006). *Marketing Management* (Marketing Management). Bangkok: Se-education. (In Thai)
- P, Kotler. & K.L. Keller., (2012). *Marketing management*. (14th Edition). Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Pinthong, C. (1995). *Public participation in development*. Bangkok: Sak Sopha Printing. (In Thai)
- Hangsata, C. (1997) *Principle of tourist industry management*. Bangkok: Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng university. (In Thai)
- Bantathong, K. (2014). *Social Network Usage Behavior and Bangkok Older Person's Satisfaction. Independent research*. (Master of Arts). Bangkok University. (In Thai)
- Mill, R. C. (1990). *Tourism the international business*. New Jersey: Prentice Hall.
- Jarumanee, N. (1993). *Tourism and Tourism Industry Management*. Bangkok: OS Printing House. (In Thai)
- Tapachai, N. (2006). *Marketing strategies in the tourism industry*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University. (In Thai)
- Pearson Education. Levitt, Theodor. (1990). *Strategic Marketing Management*. MA: Harvard Business School. Publication
- Perreault, W. D., Dorden, D.K. & Dorden, W.R. (1979). A Psychological Classification of Vacation Life-styles, *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224.
- Adithipyangkun, P. (2012). *Management of international product distribution channels*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University. (In Thai)
- Rojrungsat, P. (2010). *Community Tourism*. Bangkok: OSP Printing House. (In Thai)
- Pond, K. L. (1993). *The professional guide-The traveller*. New York: John Wiley & Sons.
- Laksitnon, P. (2001). *Psychology and Consumer Behavior* (3rd Edition). Bangkok: Tipping Point.

(In Thai)

- Kongcharoenkai, S. (2005). *Behavior and satisfaction of visitors affecting tourism Sustainable model in Phra Nakhon Si Ayutthaya province*. (Master of Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. (In Thai)
- Serirat, S. (1997). *Advertising and promotion*. Bangkok: A.N. Printing. (In Thai)
- Stevens, L. (1985). *Guide to starting and operating a successful travel agency*. Wheaton: Delmar.
- Pakprangchan, S. (1988). *A correlational analysis of media exposure, knowledge in tourism industry and attitude towards tourism industry of the local people in Chiang Mai minicipality*. (Master of Communication Arts Thesis). Bangkok: Chulalongkorn University. (In Thai)
- Rattanaraj, T. (2010). *Behavior and satisfaction of Thai tourists towards cultural tourism through homestay of Ban Khlongrua commune*. Phato district, Chumphon province. (In Thai)

ผู้เขียน

อาจารย์มนทิรา สังข์ทอง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
e-mail : monthira_san@nstru.ac.th

ดร. ธนกฤต ยอดอุดม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
e-mail : sophon.yord@hotmail.com

อาจารย์วชิรวิทย์ บัวขาว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
e-mail : ome7065@gmail.com