



ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อ
แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

**Thai Tourist Behaviour and Satisfaction Factors Affecting Revisit Intention to
Attractions in Songkhla Province**

ทักษญา เปรมชุตีวัต

Taksaya Premchutiwat

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Business Administration

Prince of Songkla University

2561

ชื่อสารนิพนธ์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อ
แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นางสาวทักษญา เปรมชุตีวัต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร. พัชรภรณ์ บุญเลื่อง)

..... ประธานกรรมการ
(ดร. พัชรภรณ์ บุญเลื่อง)

..... กรรมการ
(ดร. บัณฑิตา หลิมประดิษฐ์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์)

.....
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ

ชื่อสารนิพนธ์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อ
แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นางสาวทักษญา เปรมชุตีวัต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 2) ศึกษาความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ One-way ANOVA สถิติ t-test และ สถิติ Multiple Regression analysis

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ ซึ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป ส่วนใหญ่จะไปเช้า-เย็นกลับ และนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องของความสวยงามมากที่สุด และมีความพึงพอใจในเรื่องของความหลากหลายของกิจกรรมน้อยที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจที่รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องจำนวนร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีอย่างเพียงพอ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของการบริการอินเทอร์เน็ตฟรี และโดยในภาพรวมความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อบุคคลอื่นมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

Minor Thesis Title	Thai Tourist Behaviour and Satisfaction Factors Affecting Revisit Intention to Attractions in Songkhla Province
Author	Miss Taksaya Premchutiwat
Major Program	Business Administration
Academic Year	2017

ABSTRACT

The purpose of this research is 1) to study repeat visitation behavior and satisfaction of Thai tourists; 2) to compare the mean score differences of the tourist behaviour based on revisit intention factors; and 3) to investigate the most influential satisfaction factor affecting revisit intention. Overall, 402 valid responses of self-administered questionnaires were received for the survey study. The data collected was analyzed using frequency, percentage, mean score, standard deviation, t-test, one-way ANOVA and multiple regression analysis.

The research found that the majority of the tourists came from Southern Thailand, visited Songkhla province more than 5 times before, and traveled as a one-day trip. Out of all the variables, the results showed that tourists reported the most satisfaction factor was the environment in the aspect of the beauty of the attractions, and the least satisfaction aspect was a variety of activities. The second satisfaction factor was facilities. The tourists were most satisfied with the adequacy of food and beverage stores, and least satisfied with the free Internet at the attractions. The overall of the most influential factor affecting Thai tourists' intention to revisit and recommend Songkhla province was security.

Key Words: Tourist behaviour, Satisfaction factor, Revisit intention

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ ดร. พิชราภรณ์ บุญเลื่อง ในการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ความรู้ และคำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณดร. บัณฑิตา หลิมประดิษฐ์ และอาจารย์ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์ คณะกรรมการสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำปรึกษา เสนอแนะ ตลอดจนช่วยเหลือสละเวลาตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องในเนื้อหาวิชาการ คำแนะนำด้านอื่นๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ทุกท่านที่กรุณาให้ความรู้ในระหว่างการศึกษา ซึ่งข้าพเจ้าจะนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป รวมถึงขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อนร่วมรุ่น MBA 15 ที่ช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้านให้ข้าพเจ้าทำการศึกษาได้จนสำเร็จดังความตั้งใจ

ท้ายสุดนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณบุคคลในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือและเห็นความสำคัญของการศึกษา ตลอดจนสนับสนุนในด้านต่างๆ ทำให้การเรียนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ทักษญา เปรมชุตีวัต

สารบัญ

	หน้า	
บทคัดย่อ	(3)	
ABSTRACT	(4)	
กิตติกรรมประกาศ	(5)	
สารบัญ	(6)	
สารบัญตาราง	(8)	
สารบัญรูปภาพ	(13)	
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
	1.3 คำถามในการศึกษา	4
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	4
	1.5 ขอบเขตของการศึกษา	5
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	1.7 โครงสร้างสารนิพนธ์	7
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	8
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
	2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	17
	2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	20
	2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลับมาเที่ยวซ้ำ	23
	2.6 สภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษาจังหวัดสงขลา	25
	2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
	2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย 35
	3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 35
	3.2 ขั้นตอนการวิจัย 37
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 38
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 38
	3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย 39
	3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล 40
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 48
	4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 49
	4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 49
บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 96
	5.1 สรุปผลการวิจัย 96
	5.2 อภิปรายผล 99
	5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย 102
	5.4 ข้อเสนอแนะ 103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	110
	ภาคผนวก ก 111
	ภาคผนวก ข 124
	ภาคผนวก ค 134
ประวัติผู้เขียน	142

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	41
3.2	คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	42
3.3	คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย	45
4.1	ความถี่ (จำนวน) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	49
4.2	ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	53
4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	57
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	58
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	59
4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการบริการ	60
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคม	61
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านความปลอดภัย	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	63
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	63
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	64
4.12	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	65
4.13	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	66
4.14	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	67
4.15	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพ เปรียบเทียบเป็นรายคู่	68
4.16	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	69
4.17	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	70
4.18	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้	71
4.19	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.20	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา	73
4.21	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	74
4.22	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	75
4.23	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	76
4.24	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	77
4.25	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	78
4.26	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้	79
4.27	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.28	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่	81
4.29	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา	82
4.30	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลา	83
4.31	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลา	84
4.32	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลา	85
4.33	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	86
4.34	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	88
4.36	MODEL SUMMARY ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	92
4.37	MODEL SUMMARY ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	92
4.38	แสดงค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (MULTICOLLINERITY)	93
4.39	ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	94
4.40	ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	94
ข	ตัวแปรอิสระที่พบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	125

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ทฤษฎีของมาสโลว์ที่ใช้อธิบายลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์	21
2	แผนที่จังหวัดสงขลา	26
3	กรอบแนวคิดในการศึกษา	34
4	แผนภาพ Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ตัวแปรตาม ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	89
5	แผนภาพ Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ตัวแปรตาม ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	90
6	แผนภาพการกระจาย Scatter Plot ของตัวแปรตาม ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	91
7	แผนภาพการกระจาย Scatter Plot ของตัวแปรตาม ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	91

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจของโลก และเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบทางการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว (ฉันทิช วรรณอม, 2552, น. 100) อีกทั้งองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติกล่าวไว้ว่าสถานการณ์โลกในปี พ.ศ. 2560 มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ดีขึ้นกว่าเดิมจากปี พ.ศ. 2559 โดยมีการประกาศให้เป็นปีที่มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนา เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้สังคมหันมาสนใจและส่งเสริมกิจกรรมของภาครัฐเพิ่มขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, น. 4) มีผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เอเชียแปซิฟิกถึง 416 ล้านคน ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยจะเป็นตัวหลักที่สำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ถ้าประเทศไทยมีการรักษาอันดับการเจริญเติบโตได้เท่ากับเอเชียแปซิฟิกที่ 6.5 % ต่อปีอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะสูงถึง 41.5 ล้านคน แต่ถ้าประเทศไทยมีการเติบโตเหมือนในปี 2560 ที่ 15% ต่อปีจะมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดถึง 71 ล้านคน (นฤมล เกษมสุข, 2560) เพราะปัจจุบันประเทศไทยนั้นเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 11 ของโลก (Lawless, 2560)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีแนวโน้มของอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) เห็นได้จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2558 มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวที่ 0.59 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2559 มีรายได้รวมอยู่ที่ 0.68 ล้านล้านบาทขณะที่มีรายได้ 0.70 ล้านล้านบาทในช่วงเวลาเดียวกันของปีพ.ศ. 2560 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560 น. 2) ทำให้อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทยส่วนหนึ่งที่มาจากการท่องเที่ยวสามารถนำไปช่วยชดเชยเศรษฐกิจด้านการส่งออกสินค้าที่ลดลงไปได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวนั้นภาคใต้ของประเทศไทยมีส่วนช่วยทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับสองรองมาจากกรุงเทพมหานคร และภาคเหนือเป็นอันดับสาม (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 17-19) เพราะภาคใต้ถูกจัดได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม

หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางบกหรือทางน้ำ ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ทำให้ชาวไทยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากเดิม อีกทั้งมาจากการท่องเที่ยวได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในสังคมมากขึ้น และยังสามารถช่วยผ่อนคลายจากการเหนื่อยล้าของการทำงานที่มีความเครียดและกดดันได้เป็นอย่างดี (ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร, 2552, น. 1-2) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นสืบเนื่องมาจากการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่สนับสนุนส่งเสริมให้ชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศ จากปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐมุ่งเน้นส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศตามนโยบาย “ไทยแลนด์ 4.0” ของรัฐบาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559, น. 26)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดภูเก็ต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) เป็นเมืองที่มีความล้ำค่าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีอาหารอร่อย แหล่งช้อปปิ้งที่ทันสมัย การคมนาคมขนส่งที่สะดวก พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันจังหวัดสงขลาได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นภายใต้แคมเปญการท่องเที่ยวว่า “สงขลามหาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา” เพื่อสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาให้เป็นดินแดนที่มีแต่ความสนุกสนานของการกิน ช้อปปิ้ง และท่องเที่ยว ที่เชิญชวนดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสบรรยากาศภายในจังหวัด เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และโปรโมทกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนมาพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาให้มีความครอบคลุมทุกด้าน อีกทั้งยังมีการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม แหล่งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และสุขภาพ ไปสู่ระดับนานาชาติ พร้อมทั้งให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีคุณภาพสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีต่อไปในอนาคต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกันจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ยกตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวชาวไทยยังต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ เห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับการบริการที่ดีที่สุด (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559) ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีพฤติกรรมความต้องการที่ต่างกัน อีกทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว และให้เป็นไปตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ เลิศพร ภาระสกุล (2559, น. 482) จึงทำให้ต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาพื้นที่จังหวัดสงขลาให้สามารถรองรับและ

ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ตลอดจนทำให้เกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลาในอนาคต

อีกทั้งยังพบว่ามิงงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำไม่มากนัก เช่น งานวิจัยของ สลิษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2553) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557 ส่วนงานวิจัยของ ฐิติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาเรื่องผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งพบว่ายังไม่มิงงานวิจัยใดที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จากสาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความแตกต่างลักษณะด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา และปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษานักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อจะได้เข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังจังหวัดสงขลาที่แท้จริง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาในครั้งนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและยั่งยืนเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีให้เกิดความพึงพอใจอยากที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต ตลอดจนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาในเรื่องนี้สามารถนำข้อมูลไปพิจารณาปรับใช้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

1.3 คำถามในการศึกษา

1. ลักษณะด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
2. ลักษณะด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลาหรือไม่
3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในด้านใดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามากที่สุด

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ภาครัฐใช้เป็นข้อมูลเพื่อนำไปพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาให้มีความยั่งยืน สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามอย่างสม่ำเสมอ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคต
3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการภาคเอกชนได้นำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประกอบการพิจารณาในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาต่อไป

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา การศึกษานี้เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ โดยการศึกษาค้นคว้าตัวแปรจากข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ดังปรากฏในบทที่ 2) สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนา

1.2 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย และลักษณะการเดินทาง

1.3 ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัย

2. ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

2.1 การมาเที่ยวซ้ำ ได้แก่ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 ซึ่งคำนวณจากจำนวนประชากรที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ช่วงเวลาเดียวกันจากปี 2560 มีจำนวน 539,804 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 จำนวน 450 คน จากการใช้สูตรคำนวณของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการคำนวณของ Yamane (1973, pp. 125) ในบทที่ 3 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือการยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปเยือนมากที่สุด จำนวน 4 แหล่ง คือ ตลาดน้ำคลองแห สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ ย่านเมืองเก่า และแหลมสมิหลา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่, 2560)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน (มกราคม-มีนาคม 2561)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดสงขลา โดยเดินทางจากที่อยู่ปกติของตนเองไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยความเต็มใจ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา โดยไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลาหรือทำงานประจำในจังหวัดสงขลา และอยู่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาทั้งแบบไม่พักค้างคืนหรือแบบพักค้างคืนแต่ไม่เกิน 2 เดือน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่นักท่องเที่ยวเจอจริงอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวคาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ซึ่งประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกิดขึ้นขณะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา

การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ หมายถึง ประสบการณ์การเดินทางที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ รู้สึกประทับใจทำให้มีความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาซ้ำอีกครั้งในอนาคต และอยากที่จะแนะนำต่อแก่บุคคลอื่น

1.7 โครงสร้างสารนิพนธ์

เนื้อหาของวิทยานิพนธ์นี้ประกอบด้วย บทที่ 1 นำเสนอเรื่องบทนำ ความเป็นมา ความสำคัญของงานวิจัยฉบับนี้ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คำถามในการศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา นิยามศัพท์เฉพาะ รวมถึงโครงสร้างสารนิพนธ์ฉบับนี้ ในส่วนของบทที่ 2 นำเสนอถึงแนวคิด ทฤษฎีทั้งในด้านประชากรศาสตร์ การท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ตลอดจนสภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษาจังหวัดสงขลา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการศึกษา ส่วนบทที่ 3 นำเสนอถึงระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนของบทที่ 4 นำเสนอเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูล สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และบทที่ 5 เป็นเรื่องของการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อจำกัด ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้ อีกทั้งรวมถึงบรรณานุกรม ภาคผนวก และประวัติผู้เขียนอีกด้วย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงเรื่อง “ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา” โดยศึกษาในประเด็นของข้อมูลพื้นฐานในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และแนวโน้มการมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสนับสนุนงานวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำ
- 2.6 สภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษาจังหวัดสงขลา
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีความต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น เพศหญิงจะให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม อีกทั้งมีกิจกรรมที่หลากหลายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558, น. 58) นอกจากนี้ลักษณะของประชากรศาสตร์นอกเหนือจาก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แล้ว ขนาดครอบครัวและสถานภาพครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมมีความต่างกันซึ่งสำคัญกับนักการตลาดที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพราะสามารถช่วยกำหนด

เป้าหมายให้ตรงตามต้องการของผู้บริโภคได้ และง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญโดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 57-59) และศันสนีย์ สุวภิญโญ ภาส (2549 น.15-16) ดังนี้

1. อายุ (Age) อายุ พฤติกรรมการตัดสินใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความต่างกันตามระยะเวลาขณะที่มีชีวิตอยู่ เช่น วัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภค เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นจะเริ่มตัดสินใจบางอย่างด้วยตนเอง หลังจากนั้นเข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีอำนาจการตัดสินใจที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีรายได้เป็นของตนเอง

2. เพศ (Gender) เป็นส่วนสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด และปัจจุบันเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากอดีตที่ทำให้ให้นักการตลาดหันมาสนใจมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันครอบครัวเป็นเป้าหมายสำคัญของการตลาดเพื่อใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) รายได้ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ หากบุคคลมีรายได้มากก็จะมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่นักการตลาดนำมาใช้บ่อยครั้งแต่นักการตลาดก็พยายามนำมาเชื่อมโยงกับประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆ เพื่อให้มีความชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายตลาดให้ชัดเจนมากขึ้น เพราะความเป็นจริงการซื้อสินค้าบางครั้งมาจากรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา เป็นต้น

นอกจากนี้รายได้เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการศึกษาทงพฤติกรรมของมนุษย์เป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถคาดการณ์ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ และยังมีความสัมพันธ์กับอายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นจะมีความสามารถในการจ่ายที่มากขึ้น อันเกิดจากการเก็บสะสมระหว่างการทำงาน (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548, น. 62-63)

จากแนวคิดข้างต้น จึงทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นตัวแปรต้น เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกันหรือไม่

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีองค์กรและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนี้ ฉันทัช วรรัตนอม (2552, น. 59) ให้ความหมายไว้ว่า การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การไปเยี่ยมญาติ การไปร่วมประชุม แต่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพหรือไปอยู่อย่างถาวร อีกทั้งยุพดี เสตพรรณ (2544, น. 287) และสมบัติ กาญจนกิจ (2560, น. 131) ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ การติดต่อธุรกิจแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่สากลกำหนด 3 ประการ คือ 1. เดินทางไปที่อื่นชั่วคราว 2. เดินทางด้วยความเต็มใจ 3. ไม่ใช่การไปประกอบอาชีพแต่มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และรวมถึงการประชุมสัมมนา การกีฬา การศึกษาหาความรู้ นอกจากนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559, น. 36) ให้ความหมายไว้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวเท่านั้น และมาจากความเต็มใจโดยไม่ได้มีการบังคับให้เดินทางไปตามเงื่อนไข 6 ประการ คือ 1. เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ 2. เดินทางเพื่อตั้งใจไปตั้งถิ่นฐานถาวร 3. เดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงาน โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน 4. เดินทางไปทำงานนอกประเทศทุกวัน 5. การเดินทางผ่านโดยไม่แวะ 6. เดินทางเพราะถูกบังคับให้มา เช่น การเคลื่อนย้ายกองกำลังทหาร นักโทษ เป็นต้น หากเป็นไปตามเงื่อนไข 6 ประการไม่ถือว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว

สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางไปยังจุดมุ่งหมายหนึ่งเพื่อให้ตอบสนองความต้องการและบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ คือ พักผ่อนหย่อนใจ การเยี่ยมญาติ การติดต่อธุรกิจ การศึกษาหาความรู้ โดยจะต้องเดินทางไปด้วยความเต็มใจและในแต่ละครั้งที่เดินทางไปต้องเป็นการชั่วคราวเท่านั้น

2.2.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็นหลากหลายรูปแบบ เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ รูปแบบการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย รูปแบบการท่องเที่ยวแบบตามความต้องการ รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง รูปแบบท่องเที่ยวแบบตามระยะทาง รูปแบบท่องเที่ยวตามระยะเวลา รูปแบบท่องเที่ยวตามจุดหมายชม รูปแบบการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวแบบหลีกเลี่ยงหนีจากชีวิตประจำวัน แต่นักวิชาการ (เลิศพร ภาระสกุล และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา) โดยส่วนใหญ่จะแบ่งการท่องเที่ยวออกตามรูปแบบของวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลาย

รูปแบบ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความสนใจและความชอบของตนเอง เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวได้เป็น 10 ประเภทตามลำดับตั้งแต่ยุคอารยธรรมจนถึงภายหลังศตวรรษที่ 20 ดังนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2559, น. 112-117)

1. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นรูปแบบที่มีมาตั้งแต่ยุคโรมันโบราณ นักเดินทางจะออกเดินทางเพื่อไปพบญาติหรือคนรู้จักที่อยู่ไกลกัน
2. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อไปชื่นชมวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากของตนเอง เช่น วัฒนธรรมย่านเมืองเก่า
3. การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความสุขทางด้านจิตใจ เช่น การเดินทางไปไหว้พระ 9 วัด การเดินทางไปทอดกฐิน เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม อบรม สัมมนา การเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าในที่ต่างๆ เป็นต้น
5. การเดินทางเพื่อการศึกษา เป็นรูปแบบของการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่อยากจะเรียนรู้เกิดจากแรงจูงใจของแต่ละคนที่มีความต่างกัน เช่น การไปศึกษาทางด้านภาษาในต่างประเทศ การไปทัศนศึกษายังแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เป็นต้น
6. การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในตอนกลางวัน และตอนกลางคืนนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไปอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรี เช่น ย่านป่าตอง ย่านถนนข้าวสาร เป็นต้น
7. การท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชมความสวยงามของธรรมชาติ เช่น จุดชมวิวแหลมพรหมเทพ จุดชมวิวนเขาตั้งกวน
8. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางไปรักษาโรคหรือเสริมความงาม
9. การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความสนใจของแต่ละคนในเรื่องของกีฬาหรือการทำกิจกรรมที่ต้องใช้ทักษะด้านร่างกาย เช่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ การเล่นเทนนิส เป็นต้น
10. การท่องเที่ยวเพื่อการสนใจพิเศษ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมกลุ่มเล็กๆ ใช้ระยะเวลาสั้นๆ เป็นกลุ่มที่มีความสนใจบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การเรียนชกมวยไทย การเรียนทำอาหาร เป็นต้น

ซึ่งมีความสอดคล้องกับการแบ่งรูปแบบวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Douglas Foster อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559, น. 37-38) ที่ได้แบ่งตามลักษณะ

ของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ไว้ 9 ประเภท ซึ่งมีความคล้ายกับ เลิศพร ภาวะสกุล คือ แบ่งเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนา การเดินทางเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและความบันเทิง การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร และการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่มีบางข้อที่ต่างกันและเพิ่มเติมขึ้นมา คือ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยการไปพักผ่อนจากการเมื่อยล้าในการทำงานเพื่อสร้างแรงกำลังให้พร้อมที่จะกลับมาทำงาน การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานอดิเรก เช่น ระบายสีตุ๊กตาริมหาดสมิหลา เล่นบานาน่าโบ๊ท จัมน้ำที่ชายหาด เป็นต้น

จากประเภทการท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ข้างต้นสรุปได้ว่า ประเภทของการท่องเที่ยว นั้นมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายปลายทางของแต่ละบุคคลที่มีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ

2.2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวทั่วไปจะมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดย นักวิชาการส่วนใหญ่แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็นหลายองค์ประกอบ เช่น นักท่องเที่ยว นักทัศนจร มัคคุเทศก์ และทรัพยากรการท่องเที่ยว (ยุพดี เสตพรธม, 2554, น. 287-359) ในขณะที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2560, น. 135-137) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในอีกมุมหนึ่ง คือ แบ่งออกเป็นด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และตลาดท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นบุคคลที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นหรือทำงานประจำในจังหวัดนั้น บุคคลนั้นต้องพักค้างคืนเกิน 24 ชั่วโมง แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) คือชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพักในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 2 เดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน ประชุม เยี่ยมญาติ ติดต่อธุรกิจ 2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist, Foreign Tourist) คือ คนไทยและต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดที่อาศัยไปยังจังหวัดอื่น ที่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพ อยู่ภายในจังหวัดที่ไปไม่เกิน 2 เดือน

นักทัศนจร (Excursionist) เป็นบุคคลที่เดินทางมาภายในจังหวัดนั้นไม่เกิน 24 ชั่วโมง หรือเรียกว่าผู้มาเยือน

มัคคุเทศก์ เป็นบุคคลที่ช่วยชี้แนะหรือนำทางให้กับนักท่องเที่ยว และยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามา

ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภทได้แก่ 1. ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น 2. ประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น 3. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เช่น งานประเพณีต่างๆ วิถีชีวิตชาวบ้าน สวนสนุก พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง สินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารของที่ระลึก เป็นต้น

จากดังที่กล่าวมาข้างต้นสรุปว่า การท่องเที่ยวเกิดขึ้นมาได้ด้วยการรวมกันของ นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายชนิด เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และประเพณีวัฒนธรรม การท่องเที่ยวนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานและความรู้ไปพร้อมกันแต่จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถในการนำเที่ยวและตรงกับช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องศึกษาถึงวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ที่เที่ยวดูด้วยจึงจะทำให้เกิดความประทับใจอย่างไม่รู้ลืม

นอกจากนี้ สมบัติ กาญจนกิจ (2560, น. 135-137) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวจะเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีด้วยกัน 3 ด้าน ดังนี้

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามลักษณะจุดหมายปลายทางเพื่อตอบสนองความต้องการ

2. บริการท่องเที่ยว ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางและความบันเทิงในการท่องเที่ยว เช่น แหล่งบันเทิง ที่พัก ร้านอาหาร ที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจและยังเป็นการส่งเสริมพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยนักท่องเที่ยว นักทัศนจร มัคคุเทศก์ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเกิดความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ในอนาคต อีกทั้งยังเป็นกระบวนการที่สามารถนำไปพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเจริญเติบโตและยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้

2.2.4 ลักษณะของการท่องเที่ยว

ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะประเมินจากลักษณะของการเดินทาง เช่น ระยะเวลา ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย จำนวนสมาชิก และความเสี่ยงในการท่องเที่ยว (เลิศพร ภาระสกุล, 2559, น. 171) และลักษณะของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ 3 แบบ ดังนี้ (มณฑิรา เกียรติถาวรนนท์, 2558, น. 33)

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล เป็นการที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นเองสำหรับตนเอง ครอบครัว และเพื่อนฝูง มีการจัดหาที่พัก ยานพาหนะ วางแผนการท่องเที่ยว และกำหนดค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วยตนเองทั้งสิ้น

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวกับบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก โดยการท่องเที่ยวแบบนี้สามารถเลือกค่าใช้จ่ายตามแพคเกจที่ตนเองต้องการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจจะขาดความอิสระแต่จะได้รับความสะดวกสบาย เพราะทุกอย่างถูกจัดเตรียมจากบริษัททัวร์ให้กับนักท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งย่อยได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาชยาว คือ การเดินทางท่องเที่ยวและพักค้างคืนอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน

2. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาสั้น คือ การเดินทางท่องเที่ยวและพักค้างคืนอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ 2-3 วัน แต่ไม่เกิน 10 วัน เช่น การท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเทศกาล

3. การท่องเที่ยวแบบทัศนจร คือ การเดินทางไปท่องเที่ยว ณ ที่ใดที่หนึ่ง โดยไม่มีการพักค้างคืน และไม่เกิน 24 ชั่วโมง

4. การท่องเที่ยวจัดตามยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบใช้ยานพาหนะในการท่องเที่ยว เช่น การนั่งรถสามล้อชมบริเวณตัวเมืองสงขลา

5. การท่องเที่ยวแบบบวกรหรือแบบลป โดยการท่องเที่ยวแบบบวกรจะเป็นลักษณะของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติที่นำเงินเข้ามาประเทศไทย และการท่องเที่ยวแบบลปจะเป็นลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นำเงินออกไปใช้ยังต่างประเทศ

สรุปได้ว่าลักษณะการท่องเที่ยวมีหลายประเภทแบ่งได้ตามการกำหนดรูปแบบการจัดเตรียมการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และระยะเวลาที่มาพักของนักท่องเที่ยว

2.2.5 ความหมายของนักท่องเที่ยว

ดังจะเห็นได้จากข้างต้นว่า ความหมายและการจัดประเภทของการเดินทางท่องเที่ยวจะพิจารณาจากลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้นนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว จึงจำเป็นจะต้องทำความรู้จักกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง โดยมีผู้ให้ความหมายและประเภทของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนี้

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558, น. 24-25) และ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (2556, น. 2) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ด้วยความเต็มใจในแต่ละครั้งและเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือทำกิจกรรมต่างๆ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้ตอบสนองความต้องการที่ตนพึงปรารถนา สอดคล้องกับสมบัติ กาญจนกิจ (2560, น. 132-133) ที่ให้คำนิยามนักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติของตน และไม่ได้มีจุดประสงค์ปลายทางเพื่อไปตั้งถิ่นฐานอย่างถาวร ซึ่งบุคคลที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจะต้องไม่ใช่บุคคลเร่รอนหรือผู้อพยพและสามารถถูกนำไปจัดเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติได้ อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืนนั้นจะสามารถเป็นตัวกำหนดความสำเร็จต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารทรัพยากรท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559, น. 50-52)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ อย่างชั่วคราว ไม่ได้ไปอยู่อย่างถาวร และไปด้วยความเต็มใจ เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ตามความต้องการที่ตนเองปรารถนา

2.2.6 ประเภทของนักท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ และฉันทช วรรณอม ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจในระดับสากลและในระดับประเทศ ซึ่งประเภทนักท่องเที่ยวในระดับสากลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558, น. 27)

1. นักท่องเที่ยว Inbound คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. นักท่องเที่ยว Outbound คือ นักท่องเที่ยวจากคนในประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

3. นักท่องเที่ยว Domestic คือ การเดินทางท่องเที่ยวของคนภายในประเทศตนเอง แต่ประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่างๆ ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในงานสถิติ ดังนี้ (ฉันทิช วรรณอม, 2552, น. 128)

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) คือ บุคคลที่ไม่เข้ามาอยู่อาศัยอย่างถาวรในประเทศไทย แต่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ การกีฬา ศาสนา ติดต่อธุรกิจ

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (Overnight International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 60 วันของแต่ละครั้งที่เดินทาง

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาแบบไม่ค้างคืนในแต่ละครั้ง

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่เข้ามาอยู่อาศัยอย่างถาวรในประเทศไทยและเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนยังจังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหารายได้

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Overnight Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวและนอนพักอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวและไม่ได้นอนพักค้างคืนนอกที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ อย่างชั่วคราวเท่านั้น โดยการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางแต่ละครั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการที่ตั้งไว้ และการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ครั้งนี้จะใช้นักท่องเที่ยวประเภท Domestic Tourist ที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวของคนภายในประเทศชาวไทยทั้งที่พักค้างคืนและไม่พักค้างคืน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้อย่างมากมายในลักษณะความหมายที่คล้ายคลึงกัน เช่น รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558, น. 2) กล่าวว่า ปัจจัยต่างๆที่ทำให้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวแสดงลักษณะพฤติกรรมต่างๆ ออกมา สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559, น. 2-3) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการแลกเปลี่ยนต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาของนักท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม ความรู้สึก ความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ที่แสดงออกถึงการกระทำต่างๆของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวเพื่อมุ่งหวังให้ตอบสนองความต้องการของตนเอง ภายใต้สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

ดังนั้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าเป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ ตามความรู้สึกนึกคิด เพื่อแสดงออกถึงความพึงพอใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากความคาดหวังต่อการใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป ให้ตอบสนองกับความต้องการที่พึงปรารถนา

2.3.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2551) และ เกศสุณีย์ สุขพลอย (2558, น. 28) ได้มีการแบ่งองค์ประกอบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันออกเป็น 7 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. เป้าหมาย คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงถึงการกระทำของแต่ละบุคคลให้เป็นที่พอใจตามที่วางเอาไว้
2. ความพร้อม คือ ความสามารถของนักท่องเที่ยวที่มีการเตรียมตัวรับมือกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปให้ตอบสนองกับความต้องการที่ตั้งไว้
3. สถานการณ์ คือ เหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวเลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย คือ แนวคิดที่ตอบรับเหตุการณ์ได้เป็นที่พึงพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง คือ กิจกรรมใดๆ ที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจทำ เพื่อให้เป็นที่พอใจตามที่ตนเองคาดหวังและมีความพึงพอใจสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตนปรารถนา

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ เกิดจากผลของการกระทำที่นักท่องเที่ยวแสดงออกถึงความต้องการว่าเป็นไปตามจุดประสงค์หรือไม่เป็นไปตามจุดประสงค์ตามที่ตนคาดไว้หรือไม่

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวที่กระทำกิจกรรมต่างๆ และเกิดจากการท่องเที่ยวและไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ทำให้เกิดความรู้สึกไม่ตอบสนองต่อความต้องการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ตามการกระทำของนักท่องเที่ยว

2.3.3 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านพยายามที่จะกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยมีการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถามมาพัฒนาในการกำหนดรูปแบบพฤติกรรม ซึ่งอาจทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีในการใช้ แต่การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้พื้นฐานจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่ซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่กลุ่มนักเดินทาง หมายถึงบุคคลที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง เช่น การจองที่พัก กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งสิ้น เป็นต้น และการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้มีการเสนอไว้ 2 แนวคิดที่มีลักษณะต่างกัน ดังนี้

Cohen (2002) เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 แบบ คือ

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย เพื่อหาความสุขให้ตนเอง

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversionary Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่จะพยายามหาแนวทางเพื่อให้ลืมความจำจากการใช้ชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาประสบการณ์ (Experiential Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงหาประสบการณ์จริง โดยจะสนใจศึกษาจากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองไปสัมผัส

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวชอบพูดคุยกับคนในท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิตท้องถิ่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นอีกด้วย

5. นักท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่น (Existential Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน โดยจะฝังตนเองเข้าไปใช้ชีวิตในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

ซึ่งมีความแตกต่างจาก Perrault และ Darden 1979 (อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559, น. 65) ที่ได้เสนอว่าการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง โดยจะแสวงหาการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก

2. นักท่องเที่ยวแบบชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเล็กๆ มีรายได้ค่อนข้างน้อย ก่อนเดินทางท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการคิดวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวครั้งต่อไปว่า จะไปที่ไหน อย่างไร และมีความกระตือรือร้น

3. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ที่มีรายได้ค่อนข้างน้อย จะใช้เวลาช่วงวันหยุดในการท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางระยะเวลายาวนาน (Moderate Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความชอบและรักในการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยใช้ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งยาวนานไม่สนใจวันหยุดสุดสัปดาห์

จากการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า โดยพื้นฐานแล้วการกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับลักษณะของการเดินทาง รายได้ จุดประสงค์ของการเดินทาง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถทราบถึงความต้องการของการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่ตนเองปรารถนา

2.3.4 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ได้เข้าใจถึงความต้องการและทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 5 ประการ ดังนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2559, น. 169; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559, น.8)

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวอะไร
2. นักท่องเที่ยวทำไมถึงต้องการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเมื่อไหร่
3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ไหน
4. นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวบ่อยขนาดไหน
5. นักท่องเที่ยวประเมินสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างไร

ดังนั้นสรุปการเข้าใจถึงประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างตรงตามความต้องการ จึงจำเป็นและมีประโยชน์ต่อนักการตลาดที่จะต้องทำความเข้าใจและเรียนรู้ถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้เข้าใจถึงความต้องการ ได้อย่างแท้จริง สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวต้องการและมีความคาดหวังต่อการมาซื้อสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต

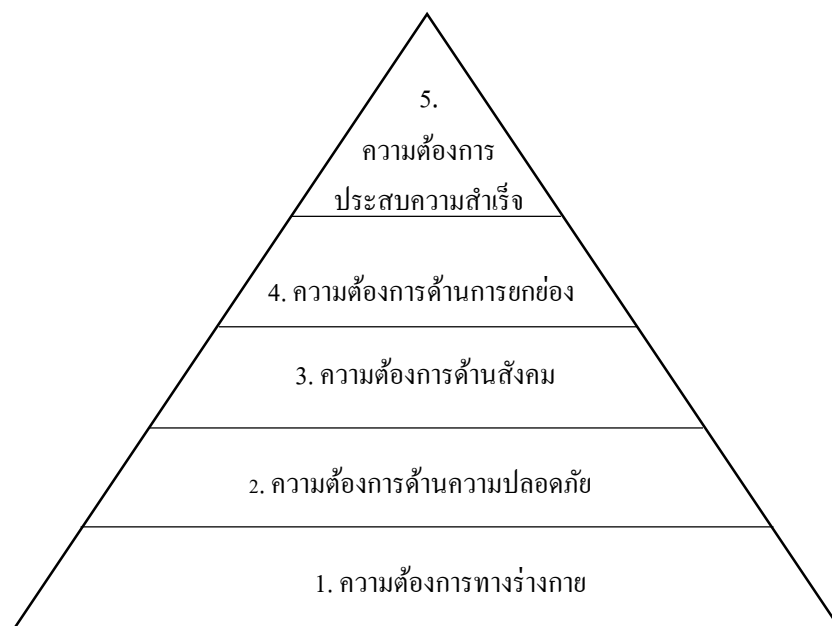
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจะมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ประสบการณ์จากการเดินทางในแต่ละครั้งแตกต่างกันออกไปและเกิดความรู้สึกประทับใจจากการใช้บริการมากน้อยต่างกัน เช่น ความรู้สึกพึงพอใจทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการต่อไป หากไม่พึงพอใจนักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะกระทำในทางตรงข้ามกับความพึงพอใจและไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ดังนั้นจึงต้องศึกษาถึงความพึงพอใจเพื่อได้ทราบถึงสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจมีลักษณะที่สอดคล้องกัน ดังนี้ เลิศพร ภาரசกุล (2559, น. 482) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากความรู้สึกเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังจากการไปยังแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวไปแล้วรู้สึกเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ แต่เมื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้วเกิดประสบการณ์ที่ไม่ดี ไม่ได้เป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจ และวรรณวิไล สินศิริ (2554, น. 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ โดยการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกเมื่อได้ใช้บริการผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ สอดคล้องกับทฤษฎีของมาส โลว์ที่อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของมนุษย์มาจากลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ขั้น เพื่อให้เป็นไปตามสิ่งที่มนุษย์ต้องการตามที่คาดหวังไว้ ดังนี้ (Kotler & Keller, 2016, p. 188)

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานด้านปัจจัย 4 ของมนุษย์ เพื่อให้มีความเป็นอยู่ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน
2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการเพื่อความอยู่รอดในชีวิตประจำวัน โดยปราศจากความกลัว ต้องการได้รับการปกป้องจากภัยอันตราย
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการความรัก ความพึงพอใจ และเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่นในสังคมหรือในหมู่คณะ
4. ความต้องการด้านการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการด้านชื่อเสียง เกียรติยศ ความนับถือจากบุคคลอื่น เพื่อเป็นหน้าเป็นตาหรือมีชื่อเสียงในสังคม
5. ความต้องการประสพความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์แต่ละคน หากใครบรรลุความต้องการขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นพิเศษ



ภาพที่ 1 ทฤษฎีของมาสโลว์ที่ใช้อธิบายลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์
ที่มา : Kotler & Keller (2016, p. 188)

สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นมาจากความคาดหวังสิ่งต่างๆ ของมนุษย์ ให้เป็นไปในสิ่งที่ตนต้องการ เช่น จากประสบการณ์การเดินทางแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว หากมีประสบการณ์ที่ดีก็จะเกิดความพึงพอใจและอาจกลับมาเที่ยวอีกครั้ง แต่หากมีประสบการณ์

จากการเดินทางที่รู้สึกไม่ดีจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและไม่กลับมาที่ชั่วอีกแน่นอน จึงเห็นว่าความพึงพอใจนั้นเกิดจากรู้สึกของมนุษย์ 2 แบบ คือ ความรู้สึกเชิงบวกและความรู้สึกเชิงลบ จึงต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเกิดความพึงพอใจต่อการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

2.4.2 ระดับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้ามี 5 ระดับ ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ (นภวรรณ คณานุกรณ์, 2556, น. 7) ดังนี้

1. ความจงรักภักดี (Loyalists) เกิดจากลูกค้ามีประสบการณ์โดยตรงที่ดีและตรงตามความคาดหวังที่ได้วางไว้จากการใช้บริการ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับมาซ้ำ ลูกค้ากลุ่มนี้จะนำแต่ข้อดีของการใช้บริการไปบอกผู้อื่นต่อ
2. ผู้ที่เปลี่ยนใจ (Defectors) เกิดจากการที่ลูกค้ามาใช้บริการแล้วรู้สึกว่าการบริการดีเกินเท่าที่คาดหวังไว้แต่จะไม่กลับไปใช้ซ้ำ
3. ผู้ก่อการร้าย (Terrorists) เกิดจากการใช้บริการแล้วรู้สึกว่าการบริการไม่ดีตามที่คาดหวังไว้และลูกค้ากลุ่มนี้จะนำแต่ข้อเสียของการบริการไปบอกกับผู้อื่นต่อ
4. ตัวประกัน (Hostages) เกิดจากการใช้บริการแล้วรู้สึกว่าการบริการนั้นไม่ดี แต่จำเป็นต้องใช้เนื่องจากไม่มีตัวเลือกอื่น
5. ผู้รับจ้าง (Mercenaries) เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากแต่ไม่มีความจงรักภักดีและอาจเปลี่ยนใจเมื่อไหร่ก็ได้หากเจอการบริการที่มีราคาถูกลงกว่า

2.4.3 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจสามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับแนวคิดของนักวิจัยแต่ละท่าน ซึ่งบางท่านจะวัดผ่านความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับและสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ หากสิ่งที่ลูกค้าได้รับดีกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะเกิดเป็นความพึงพอใจ แต่หากน้อยกว่าสิ่งที่ลูกค้าหวังจะเกิดความผิดหวังและเกิดประสบการณ์ที่ไม่ดี (Kotler, 2003) นอกจากนี้มีการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามมิติที่แบ่งออกเป็นด้านที่เกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ดังนี้ 1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม เป็นต้น 2. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ บรรยากาศ เป็นต้น 3. ด้านบริการต่างๆ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (เลิศพร ภาระสกุล, 2559, น. 486) อย่างไรก็ตามการวัดความพึงพอใจให้เห็นเป็นข้อเท็จจริงนั้นทำได้ยากเพราะไม่มีเครื่องมือใดวัดใจคนได้อย่างแท้จริง พร้อม

ทั้งเสนอแนวทางที่จะวัดความพึงพอใจดังนี้ (ปัญญา ชุ่มสือ, 2547, น. 16 อ้างอิงใน วิถีมา รัตนพงษ์, 2558, น. 36)

1. การสังเกตการณ์ คือ การติดตามดูความเป็นไปและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของสิ่งที่กำลังวัดอย่างใกล้ชิดภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การประเมินประเภทนี้ผู้ประเมินต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อที่จะได้ใกล้ชิดกับสิ่งที่ถูกวัดจึงจะประเมินความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง

2. การสัมภาษณ์ คือ การวัดความพึงพอใจอีกวิธีหนึ่งซึ่งสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงที่ได้รับแต่จำเป็นที่ผู้สัมภาษณ์จะต้องมีเทคนิคและความชำนาญเป็นพิเศษ เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพ

3. การใช้แบบสอบถาม เป็นการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดความพึงพอใจ โดยมีคำถามที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าและมีช่องให้ตอบคำถามทั้งแบบอิสระและแบบตัวเลือก

ดังนั้นการวัดความพึงพอใจจะเกิดขึ้นจากการประเมินนักท่องเที่ยวถึงประสบการณ์ที่ได้รับในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยจึงวัดความพึงพอใจตาม เลิศพร ภาระสกุล โดยวัดความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และด้านบริการต่างๆ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลับมาเที่ยวซ้ำ

การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวแล้วเกิดประสบการณ์ที่ดี มีความรู้สึกที่สนุกสนาน มีความสุข ได้รับการพักผ่อนหย่อนใจตามที่ตนปรารถนาและคาดหวังไว้ ทำให้ในครั้งต่อไปนักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกหรือแนะนำคนอื่นให้มายังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ในอนาคต (วิถีมา รัตนพงษ์, 2558, น. 48) ซึ่งการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำส่วนใหญ่จะมาจากความจงรักภักดีที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำด้วยความตั้งใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง รวมถึงความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะแนะนำบอกต่อแก่บุคคลอื่นและอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ซ้ำอีกครั้งในอนาคต (สุรสิทธิ์ กุศลรัตนมาศ, 2558, น. 152)

Backman and Crompton (1991, p. 1-17) and Baloglu (2001, p. 41-52) ได้กล่าวว่า ความภักดีประกอบไปด้วยทัศนคติและพฤติกรรมทำให้สามารถจำแนกความภักดีได้เป็น 4 ประเภท คือ 1. ภักดีจริง 2. ภักดีแฝง 3. ภักดีปลอม 4. ภักดีต่ำ การจำแนกแบบนี้ได้เป็นที่ยอมรับใน

วรรณกรรมด้านการตลาดและบริการ ลูกค้ำที่ภักดีจริงถูกจำแนกโดยมีการติดแบรนด์และการกลับมาซื้อซ้ำ กลุ่มนี้จะไม่ค่อยสนใจข้อเสนอจากแบรนด์อื่น ลูกค้ำแบบภักดีแฝงคือกลุ่มที่ไม่ค่อยกลับมาซื้อซ้ำทั้งที่มีการติดแบรนด์ อาจเป็นไปได้ว่ามีข้อจำกัดเช่น ราคาหรือสถานที่จำหน่ายที่ทำให้ไม่สามารถซื้อประจำได้ ลูกค้ำแบบภักดีปลอมคือกลุ่มที่กลับมาซื้อซ้ำเยอะแต่ไม่ได้สนใจแบรนด์ อาจจะเป็นผลมาจากนิสัยการซื้อของ ข้อเสนอที่ดีหรือไม่มีตัวเลือกอื่น กลุ่มสุดท้ายคือลูกค้ำแบบภักดีต่ำ กลุ่มนี้จะไม่สนใจแบรนด์และไม่ค่อยกลับมาซื้อซ้ำ ลูกค้ำแบบภักดีปลอมและภักดีต่ำเป็นกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบเยอะถ้ามีการตลาดจากคู่แข่งเนื่องจากการอุทธรณ์ของสองกลุ่มนี้เปลี่ยนแปลงได้ง่าย

นอกจากนี้การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำแสดงออกถึงความพึงพอใจจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอีกด้วย ตามแนวคิดของ Weaver และ Lawton ได้ศึกษาและแบ่งประเภทของความจงรักภักดีไว้ 4 แบบ ดังนี้ (สุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548, น. 112-113)

1. Latent นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจจากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก แต่จะไม่กลับมาเที่ยวซ้ำอีก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพงและคิดว่าไปเที่ยวเพียงครั้งเดียวในชีวิตพอ

2. High นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด หากมีโอกาสจะกลับไปเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอน และหลังกลับมาจากท่องเที่ยวแล้วจะมาเล่าถึงประสบการณ์ท่องเที่ยวให้ผู้อื่นฟังอีกด้วย ถือเป็น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

3. Low นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่มีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไป และไม่คิดที่จะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอน อันเกิดจากประสบการณ์ที่ไม่ดีจนทำให้ไม่มีความพึงพอใจ

4. Spurious นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะกลับไปเที่ยวซ้ำเพราะความสะดวกหรือจำเป็นบางอย่าง เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชอบของลูก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้หากลดลงจะไม่มีผลต่อการขาดนิยามการท่องเที่ยว

ดังนั้นสรุปได้ว่าการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งบอกให้เห็นถึงความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวที่เดิมในอนาคต เนื่องมาจากมีประสบการณ์ที่ดี และนำไปบอกต่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้อื่นทราบ

2.6 สภาพพื้นที่ที่ทำการศึกษาจังหวัดสงขลา

2.6.1 ข้อมูลพื้นฐานและความเป็นมาของพื้นที่

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองหนึ่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และเป็นเมืองท่าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ เนื่องจากในอดีตนั้นมีต่างชาติเข้ามาทำการค้าขายกับประเทศไทย การเรียกชื่อของจังหวัดสงขลาได้มีการเรียกเพี้ยนต่อกันมา การเรียกชื่อเมืองของสงขลาจุดกำเนิดมาจากพ่อค้าชาวอินเดียได้เดินทางกับเรือเข้ามาในประเทศไทย และได้เรียกเมืองสงขลาในสมัยนั้นว่า เมืองสิงหลา แต่คนไทยส่วนใหญ่เรียกว่า เมืองสทิง ต่อมาเมื่อแขกมลายูได้เข้ามาทำการค้ากับประเทศไทยได้เรียกว่า เซ็งกอรา แต่เมื่อฝรั่งเข้ามาทำการค้ากับประเทศไทยเรียกว่า ซิงกอรา และบางก็เรียกเพี้ยนว่า สิงขร แต่คนไทยในสมัยนั้นไม่สามารถออกเสียงได้จึงเพี้ยนมาเป็น สงขลา ดังเช่นปัจจุบันที่คุ้นเคยกัน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 9-10)

สงขลาเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น และยังเป็นศูนย์กลางทางการค้าสำคัญตั้งอยู่ในตัวอำเภอหาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของภาคใต้ อีกทั้งยังเป็นเมืองที่น่าอยู่ มีการคมนาคมสะดวกสบาย จึงเป็นที่มาของคำขวัญประจำจังหวัดว่า “นกน้ำเพลินตา สมิหลาเพลินใจ เมืองใหญ่สองทะเล เสน่ห์สะพานป๋า ศูนย์การค้าแดนใต้”

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวภายในของจังหวัดสงขลาสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เดินทางเข้ามาเที่ยวชมยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในของจังหวัดสงขลา และยังสามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้นอีกด้วย

2.6.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่าง มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัด (โปรดดูภาพที่ 2 แผนที่จังหวัดสงขลา) ดังนี้ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 13)

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและพัทลุง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับอ่าวไทย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี รัฐเคดาห์ และรัฐเปอร์ลิสของประเทศมาเลเซีย

2.6.3 การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพมหานครไปตามทางหลวง หมายเลข 4 ผ่านประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร-สุราษฎร์ธานี-นครศรีธรรมราช-ตรัง-พัทลุง-สงขลา รวมระยะทาง 950 กิโลเมตร (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 79)

รถไฟ สามารถนั่งจากหัวหัวลำโพงด้วยขบวนรถเร็ว หรือรถด่วนพิเศษ มี 6 เที่ยวต่อวัน และเลือกเวลาได้ตามต้องการ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 947 กิโลเมตร (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2560)

รถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีรถโดยสารประจำทาง กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ และกรุงเทพฯ-สงขลาบริการทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 13 ชั่วโมง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

เครื่องบิน มีเที่ยวบินระหว่างกรุงเทพฯ -หาดใหญ่ ทุกวัน สอบถามรายละเอียดข้อมูลเพิ่มเติม จากสายการบินต่างๆ ดังนี้ (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2560, น. 19)

- สายการบินไทย
- สายการบินนกแอร์
- สายการบินแอร์เอเชีย
- สายการบินไทยไลอ้อนแอร์
- สายการบินไทยสมายล์

การคมนาคมภายในตัวจังหวัดมีให้เลือกหลากหลายตามความสะดวก เช่น รถสองแถว รถตุ๊กตุ๊ก มอเตอร์รับจ้าง และรถแท็กซี่ หากต้องการไประหว่างอำเภอหรือจังหวัดอื่นจะมีรถตู้ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553)

การเดินทางท่องเที่ยวจากอำเภอเมืองสงขลาไปยังอำเภออื่นๆ

ระโนด	73	กิโลเมตร
กระแสสินธุ์	74	กิโลเมตร
สติงพระ	36	กิโลเมตร
สิงหนคร	26	กิโลเมตร
ควนเนียง	72	กิโลเมตร
รัตภูมิ	60	กิโลเมตร
นาหม่อม	34	กิโลเมตร
จะนะ	37	กิโลเมตร

นาทวี	52	กิโลเมตร
สะเดา	70	กิโลเมตร
เทพา	73	กิโลเมตร
สะบ้าย้อย	104	กิโลเมตร
หาดใหญ่	26	กิโลเมตร
คลองหอยโข่ง	43	กิโลเมตร
บางกล่ำ	46	กิโลเมตร
การเดินทางจากจังหวัดสงขลาไปยังจังหวัดใกล้เคียง		
นครศรีธรรมราช	157	กิโลเมตร
สตูล	86	กิโลเมตร
พัทลุง	77	กิโลเมตร
ยะลา	102	กิโลเมตร
ปัตตานี	91	กิโลเมตร

2.6.4 การท่องเที่ยว

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวภาคใต้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สินค้าพื้นเมือง นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง จึงทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งการคมนาคมยังมีความสะดวกสบาย และเมื่อไม่นานมานี้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ยังได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก แสดงให้เห็นถึงความเป็นมาอันยาวนาน (โปรดดูในภาคผนวก ก สถานที่ที่น่าสนใจในจังหวัดสงขลา)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ณัฐพล เนียมแก้ว (2560) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ผลการสำรวจพบว่า ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส มีอายุ 20-29 ปี การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า รูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยรถยนต์ส่วนตัวเป็นครอบครัว

ลักษณะของการมาเที่ยวเพื่อทำบุญปีละครั้ง ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวต่อครั้งมากกว่า 500 บาท ในขณะที่ จารุวรรณ อุชาติ (2554) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดยาวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากับเพื่อน รองลงมาจะเดินทางท่องเที่ยวมากับครอบครัวและใช้เงินเก็บส่วนตัว นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 คืน และส่วนใหญ่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติรองลงมา นอกจากนี้ Fayed, Wafik, & Gerges (2016, p. 14-23) ทำการศึกษาเรื่องผลของแรงจูงใจ ความเข้าใจและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ โครงสร้างโดยรวมของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย 1. ความแน่นอนของการเลือกสถานที่ก่อนเที่ยวหรือแรงจูงใจ 2. ประสบการณ์ที่ได้รับหรือความเข้าใจ 3. การประเมินค่าหลังเที่ยวหรือความพึงพอใจ และ 4. เจตนาธรรมณ์ในอนาคตหรือความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ซึ่งแตกต่างไปจากแนวคิดของ รัชชนก แวแวงแก้ว (2557, น. 103-104) ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ 1. นโยบายการส่งเสริมการตลาด 2. สถานที่ท่องเที่ยว 3. ราคา และ 4. การส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ดังนั้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาตามประสบการณ์ที่ได้รับในการท่องเที่ยว เป็นการแสดงถึงความรู้สึกที่มีต่อความคาดหวังจากการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามสถานที่ต่างๆ ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาก ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และลักษณะการเดินทาง

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ชนกฤต สุทธินันท์ โชติ (2559, น. 121) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กล่าวว่าความพึงพอใจสามารถแบ่งการวัดออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านการตอบสนอง 4. ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจ 5. ด้านการเอาใจใส่ ทั้ง 5 ด้านนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจระดับปานกลางโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เชิงลบกัน เนื่องจากมีความคาดหวังสูงเพราะไม่ค่อยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมาก่อน เมื่อมาเที่ยวแล้วพบว่า ทั้งห้าด้านนั้น ไม่ได้เป็นตามที่คาดหวังจึงไม่ค่อยพึงพอใจ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ ณัฐพล นิยมแก้ว (2560, น. 321-322) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว

ไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ที่เสนอว่าความพึงพอใจสามารถวัดออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม 2. ด้านราคาสินค้าและบริการ 3. ด้านการคมนาคม 4. ด้านการบริการ 5. ด้านความปลอดภัย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวมาก่อนและทราบถึงผลที่จะได้รับทำให้มีความคาดหวังไม่สูงเกินไปซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศพร ภาระสกุล (2558, น. 126) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ลักษณะการจัดการเดินทางล่วงหน้าของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระดับความพึงพอใจ มีผลต่อการบอกต่อและมีผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว รวมถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อระดับความพึงพอใจ หากมีทัศนคติที่ดีจะเกิดความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ

สุจิตราภรณ์ จุสปาโล (2556) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ผลการสำรวจพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วย สินค้าและของที่ระลึก โรงแรมและที่พัก บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร หรือร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างคะแนนความคาดหวังและคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะพบว่าคะแนนความพึงพอใจจะต่ำกว่าคะแนนความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะส่วนใหญ่ก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวจะรับรู้ว่าจะจังหวัดสงขลามีชื่อเสียงเรื่องการท่องเที่ยวมาเป็นเวลานานทำให้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากการท่องเที่ยวสูง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วพบปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ถนนไม่ดี จราจรติดขัด ค่าครองชีพและราคาสินค้าสูงจึงเกิดความพึงพอใจต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ นอกจากนี้เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แต่ละด้านไม่ต่างกัน อีกทั้งจะเห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติยังมีความคาดหวังต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวได้รับภายหลังจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับต่อความคาดหวังที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีวิธีวัดความพึงพอใจที่เป็นมาตรฐานสากลจึงสามารถวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงแบ่งความพึงพอใจออกเป็น

5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัย

ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

อริสรา ระพิทย์พันธ์ (2557, น. 138-139) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการรับรู้ลักษณะภูมิทัศน์บริการของร้านอาหารทะเลในพื้นที่แหลมโพธิ์ที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการสำรวจ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยที่กลุ่มที่มีจำนวน 3-4 คนมีโอกาสกลับมาเที่ยวซ้ำน้อยกว่ากลุ่มที่มีมากกว่า 7 คน นอกจากนี้เพศชายมีความภักดีมากกว่าหญิงเพราะผู้หญิงชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ โดยมีปัจจัยที่ใช้วัดความภักดีต่อการบริการได้ ดังนี้ 1. พฤติกรรมการซื้อซ้ำ เป็นการแสดงถึงความผูกพันที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการ 2. คำบอกเล่า เป็นการวัดผลของความภักดีที่ดีและมีประสิทธิภาพ 3. ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการเลือกรับบริการ คือเป็นการวัดการเข้ารับบริการว่ามีความต่อเนื่องหรือไม่ ซึ่งสามารถสะท้อนสถานการณ์การบริโภคว่าจะเป็นความภักดีในระยะยาวหรือไม่ 4. ความไม่หวั่นไหวต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง คือการที่ราคาสูงขึ้น ผู้ใช้บริการที่มีความภักดียังคงเลือกบริการอยู่ 5. ความตั้งใจซื้อซ้ำ เป็นการเลือกซื้อในการบริการเดิมเป็นประจำ 6. ความชอบมากกว่าผู้บริโภครมีความภักดีที่แท้จริงจะแสดงความชอบมากกว่าออกมาให้เห็นได้ชัด 7. การลดตัวเลือกผู้บริโภครที่มีความภักดีมีการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจน้อยลง 8. การเป็นอันดับแรกในใจ การบริการนั้นจะเป็นตัวเลือกแรกเสมอหากผู้บริโภครมีความภักดี และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความภักดีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ สลิษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2553) ได้ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังวิกฤตการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557 ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยเชิงสำรวจออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1. ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม 2. ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว 3. ภาพลักษณ์ด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 4. ภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ 5. ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่เข้ามาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีสถานภาพโสด ถิ่นกำเนิดอยู่ที่เอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีอายุช่วง 26-35 ปีมากที่สุด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้ต่อปีเฉลี่ย 15,000 ดอลลาร์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า สถานภาพ ภูมิลำเนา อายุ และอาชีพ

ที่ต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุด และรองลงมาเป็นปัจจัยภาพลักษณ์ด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านภาพลักษณ์สิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ จูติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาถึงผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาจบปริญญาตรี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ 10,001-20,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ เป็นคนที่เคยมาเที่ยว นครศรีธรรมราช 3-5 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการมาเที่ยวพักผ่อน มีความผูกพันต่อและความพึงพอใจการมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า มีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการช่วยเหลือจากภาครัฐ อยู่ในระดับมากตามลำดับ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาถึงระดับความผูกพันและความพึงพอใจที่มีแนวโน้มต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ยังพบว่า มีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ ดิฐวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557, น. 70-71) ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานเมืองเก่าพิจิตร พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำที่อุทยานเมืองเก่าพิจิตร ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าสนใจในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความเข้าถึงง่ายในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ด้านการรับรู้จากสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานเมืองเก่าพิจิตร ซึ่ง 4 ด้านนี้มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวอุทยานเมืองเก่าพิจิตรอยู่ในระดับที่ต่ำ และด้านที่พักของสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อ ในขณะที่ Oppermann (2012, p. 78-84) ยังได้ศึกษาถึงความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว โดยศึกษาจากความภักดีต่อแบรนด์เป็นแนวคิดหลัก การศึกษาแผนการเที่ยวของชาวนิวซีแลนด์ในระยะยาวแสดงให้เห็นว่าความภักดีสามารถวัดได้ อีกทั้งได้เสนอเกณฑ์ความภักดีพร้อมจุดตัดซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประเมินและวางแผนการตลาดได้ หลังจากการรวบรวมและศึกษาข้อมูลความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว สถานที่นั้นสามารถคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้าได้ดีขึ้น ถ้าเอาข้อมูลนี้ไปรวมกับพื้นฐานทางสังคมประชากร วิถีชีวิต หรือข้อมูลอื่นๆ จะทำให้สามารถ

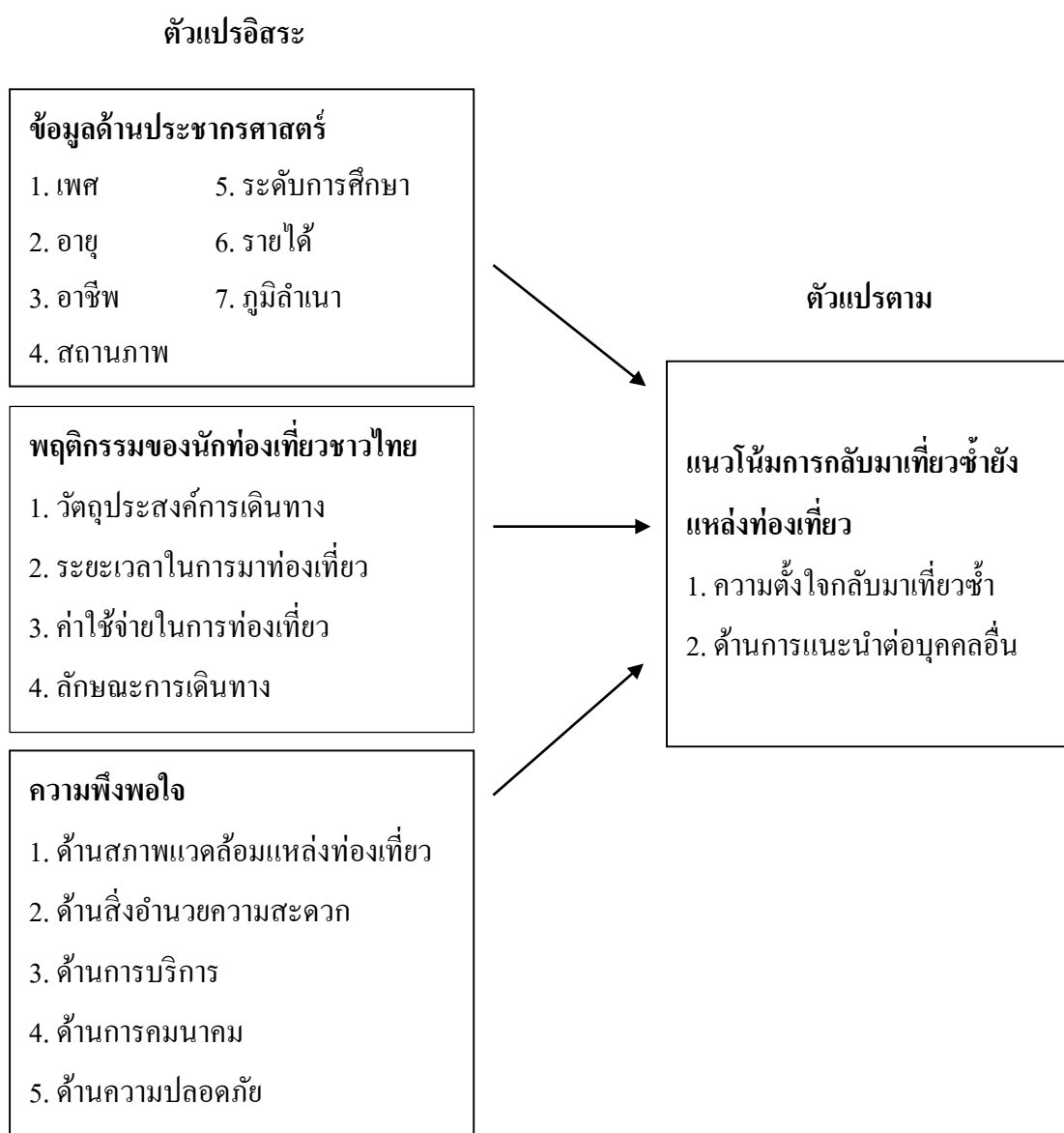
วางแผนเจาะกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น ปัญหาอย่างหนึ่งที่พบคือระยะเวลาระหว่างการท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่จะสมมติให้มีระยะ 1 ปี แต่การคิดแบบนี้จะมีผลต่อข้อมูลสำหรับกลุ่มที่เที่ยวมากกว่า 1 ครั้งต่อปีหรือหลายปีครั้ง เช่น ครอบครัวที่ไปเที่ยวสองถึงสามปีครั้งแต่ไปที่เดิมตลอด กลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่ภักดีแต่เพราะการคิดแบบระยะ 1 ปีทำให้กลายเป็นกลุ่มนี้ไม่ได้ไปทุกปีและถูกตัดสินใจว่าไม่ภักดี การไปหลายครั้งในช่วงระยะเวลาหนึ่งทำให้เกิดปัญหาว่าการเดินทางแต่ละครั้งควรมีน้ำหนักร่วมกันหรือไม่ เช่น นักท่องเที่ยวอาจจะเลือกเมือง ก. เป็นที่เที่ยวหลักแต่เกิดเปลี่ยนใจให้เมือง ก. เป็นทางผ่านซึ่งแม้ว่าจะไปเมือง ก. บ่อยแต่เป้าหมายในการเดินทางไปได้เปลี่ยนไปแล้วซึ่งอาจมีผลต่อการวัดความภักดี โดยรวมแล้วแม้ว่างานวิจัยนี้ไม่สามารถทำให้เหมาะกับสถานที่ทั่วไปได้ เนื่องจากข้อจำกัดทางพื้นที่และผู้ที่มีความร่วมมือแต่การวิจัยนี้สื่อให้เห็นว่าความภักดีเป็นตัวพยากรณ์ที่พอใช้ได้และแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ในอดีตมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ดังนั้นการกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ การที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุขตามที่คาดหวังเกิดเป็นความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนั้นและความรู้สึกอยากกลับมาเที่ยวซ้ำเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวซ้ำหรือบอกต่อนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นบวกก่อให้เกิดเป็นความภักดีและทำให้อยากกลับมาเที่ยวซ้ำ

ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงสรุปตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการศึกษาในหัวข้อ “ปัจจัยด้านพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา” (โปรดดูภาคผนวก ข ตัวแปรอิสระที่พบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)

2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตาม ซึ่งกลุ่มตัวแปรอิสระมีจำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความพึงพอใจ ส่วนกลุ่มตัวแปรตามมีจำนวน 1 กลุ่ม คือ แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยสามารถอธิบายกรอบการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มประชากรตัวอย่างเพื่อศึกษา ลักษณะด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ศึกษาความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา และศึกษาความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ขั้นตอนการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 ซึ่งคำนวณจากจำนวนประชากรที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ช่วงเวลาเดียวกันจากปี 2560 มีจำนวน 539,804 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 จำนวน 450 คน โดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1973, pp. 125) คำนวณจากจำนวนประชากรที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่

เป็นนักท่องเที่ยวนักชาวไทย ณ ช่วงเวลาเดียวกันจากปี 2560 จำนวน 539,804 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือการยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ \text{เมื่อ } n &= \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{จำนวนประชากร} \\ e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05} \\ \text{แทนค่าจากสูตร} \\ n &= \frac{539,804}{1+539,804(0.05)^2} \\ &= \frac{539,804}{1} \\ &= 399.70 \approx 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ดังนั้นเพื่อป้องกันการสูญหายของแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดในการเก็บตัวอย่างครั้งนี้ โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 450 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) (อัศวิน แสงพิบูล, 2556, น. 162-164) เนื่องจากผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรไว้ 450 คน จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลาหรือทำงานประจำในจังหวัดสงขลา โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากการกำหนดคุณสมบัติ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่ง สามารถแบ่งตามพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังตลาดน้ำคลองแห จำนวน 112 กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังสวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่ จำนวน 112 คน กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังย่านเมืองเก่าสงขลา 113 คน และกลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหลมสมิหลา จำนวน 113 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่, 2560)

3.2 ขั้นตอนการวิจัย

3.2.1 ผู้วิจัยทำการศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎี หนังสือ วารสาร บทความ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.2 ศึกษาหารูปแบบและวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของเรื่อง “ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา”

3.2.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ร่างไว้เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและขอคำแนะนำเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม อีกทั้งยังเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้แบบสอบถามมีคำถามที่เหมาะสมครอบคลุมกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัย รวมถึงให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ให้คะแนน และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง โดยมีเกณฑ์การประเมินคำถามกำหนดค่า ดังนี้

ถ้าเห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ 1 คะแนน

ถ้าเห็นว่าไม่แน่ใจว่าตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ 0 คะแนน

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ -1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ใช้เกณฑ์พิจารณาเลือกคำถามที่มีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (วรัญญา ภักทรสุข, 2554 อ้างถึงใน ธนกฤต สุทธินันท์ โชติ, 2559, น. 46) ซึ่งจากการนำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน มาพิจารณาเลือกคำถาม ค่าที่ได้อยู่ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และได้แก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะทดลองแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงมากที่สุด คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาจำนวน 30 ชุด

3.2.4 เมื่อได้ข้อมูลนำไปวิเคราะห์หาค่าตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ให้มีค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 หากมีค่าน้อยกว่า 0.7 ต้องนำแบบสอบถามกลับมาแก้ไขปรับปรุงและนำไปทดลองเบื้องต้นซ้ำอีกครั้ง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 34) และจากการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด เมื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

ของครอนบักอยู่ที่ 0.964 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้

3.2.5 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 ชุด

3.2.6 นำแบบสอบถามที่สำรวจมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า จากแบบสอบถามจำนวน 450 ชุด แบบสอบถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้มีจำนวน 402 ชุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งที่ 2 ไม่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำในจังหวัดสงขลา ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2561 โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จาก 4 สถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ตลาดน้ำคลองแห สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ ย่านเมืองเก่าสงขลา แหลมสมิหลา และรอรับแบบสอบถามคืนในขณะนั้น

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งที่ 2 ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลแหล่งอ้างอิงจากหนังสือ วารสาร บทความ และเว็บไซต์รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างรายละเอียดคำถามที่ชัดเจน (Structured Questionnaire) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ภูมิลำเนา เป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลาเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อมูลท่านเคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลากี่ครั้ง ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวของท่านในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของท่าน การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ท่านมากับบุคคลใดบ้าง ค่าใช้จ่ายของท่านสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในครั้งนี้ กิจกรรมที่ท่านทำในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามที่ชัดเจน แบ่งเป็น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านคมนาคม และด้านความปลอดภัย มีลักษณะแบบประเมินค่า ลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุดให้ 5 คะแนน ความพึงพอใจมากให้ 4 คะแนน ความพึงพอใจปานกลางให้ 3 คะแนน ความพึงพอใจน้อยให้ 2 คะแนน ความพึงพอใจน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน (Zikmund, Babin, Carr, และ Griffin, 2016, p. 315-316) จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามชัดเจน มีลักษณะการตอบแบบประเมินค่าลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุดให้ 5 คะแนน เห็นด้วยมากให้ 4 คะแนน เห็นด้วยปานกลางให้ 3 คะแนน เห็นด้วยน้อยให้ 2 คะแนน เห็นด้วยน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน (Zikmund, Babin, Carr, และ Griffin, 2016, p. 315-316) จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์อธิบายข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการแจกแจงค่าความถี่ (จำนวน) หาค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูล นอกจากนี้ยังใช้อธิบายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลในการวิเคราะห์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 7)

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป และใช้สถิติ t-test ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่าง 2 กลุ่ม เพื่อหาค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา (สุวิมล ศิริกาณนท์, 2548, น. 99) และยังใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรขึ้นไปส่งผลไปยังตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 173-174) ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k + e$$

โดยที่

Y	=	ตัวแปรตาม
X _{1-k}	=	ตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 - k
β_0	=	ค่าคงที่ (Constant) เป็นค่าที่ตัดกับแกน Y
β_{1-k}	=	ความชัน (Slope) ของเส้นกราฟ
e	=	ค่าความคลาดเคลื่อน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้น และผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ใช้สรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 7) มีดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา โดยวิเคราะห์หาค่าร้อยละและแจกแจงความถี่ โดยส่วนที่ 2 มีคำถามดังตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

	ข้อความ	ปรับมาจากแหล่งอ้างอิง
พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลากี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)	จิตติมา รัตนพงษ์ (2558, น. 140-141)
	6. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านมาครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
	7. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด โปรดระบุ	
พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	2. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวของท่านในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง	ชญชนก แวแวกแก้ว (2557, น. 118-119)
	4. การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ท่านมาด้วยบุคคลใดบ้าง	
	8. รูปแบบการเดินทางของท่านในการมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	
พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	3. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของท่าน	ธนกฤต สุทธินันท์โชติ (2559, น. 143-144)
	5. ค่าใช้จ่ายของท่านสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในครั้งนี้	

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากคำถามดังตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ข้อความ	ปรับมาจากแหล่งอ้างอิง
ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560, น. 316)
	2. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	ชญชนก แวแก้ว (2557, น. 120)
	3. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	อริสรา ระติพิชญ์พันธ์ (2557, น. 164-166)
	4. สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมเป็นที่พึงพอใจ	
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	5. มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ได้มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจไว้คอยบริการ	จิตติมา รัตนพงษ์ (2558, น. 120-144)
	6. มีบริการด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้บริการฟรี	
	7. มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนที่เพียงพอ	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560, น. 317)
	8. มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก ราคาเหมาะสม	

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลา	ข้อความ	ปรับมาจากแหล่งอ้างอิง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	9. มีที่นั่งพักผ่อน สะอาดและมี จำนวนเพียงพอ	ฐิติมา รัตนพงษ์ (2558, น. 145)
	10. มีห้องน้ำสาธารณะ สะอาด สะอาดและเพียงพอ	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559, น. 145)
	11. มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพียงพอและใช้งานได้ดี เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ไฟฟ้า	
ด้านการบริการ	12. เจ้าหน้าที่ในแหล่ง ท่องเที่ยวมีทักษะ ความรู้ และ ความเชี่ยวชาญในการ ให้บริการ สามารถแนะนำให้ ข้อมูลได้เป็นอย่างดี	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559, น. 145)
	13. มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	พรประภา ไชยอนุกุล (2557, น. 92-93)
	14. มีเอกสารให้ความรู้ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ อย่างเพียงพอ	
	15. เจ้าหน้าที่ในแหล่ง ท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือและ ไวใจได้	พรประภา ไชยอนุกุล (2557, น. 92-93)
16. เจ้าหน้าที่ในแหล่ง ท่องเที่ยวยิ้มแย้มแจ่มใสและ เต็มใจให้บริการ		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลา	ข้อคำถาม	ปรับมาจากแหล่งอ้างอิง
ด้านการคมนาคม	17. การเดินทางสะดวกสบาย	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560, น. 317)
	18. บริการรถสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถ รับจ้าง	
	19. ราคาค่าโดยสารไม่สูง เกินไป	
	20. มีป้ายสัญลักษณ์บอกทาง มายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ใน จังหวัดสงขลา อย่างเหมาะสม และชัดเจน	ธนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559, น. 144)
ด้านความปลอดภัย	21. ความปลอดภัยในสถานที่ ท่องเที่ยว	รัชชนก แวแก้ว (2557, น. 120)
	22. สถานที่จอดรถสะดวกและ มีความปลอดภัย	ธนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559, น. 145)
	23. การเดินทางไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560, น. 318)
	24. เจ้าหน้าที่มีความเข้มงวด ในด้านการรักษาความ ปลอดภัย	

ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากคำถามดังตารางที่ 3.3 ดังนี้

ตารางที่ 3.3 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ข้อความคำถาม	ที่มา
ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	1. ท่านมีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอนในอนาคต	อริสรา ระติพิภพพันธ์ (2557, น. 167)
	2. ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวอีก	ดิฐวิไลซ์ อ่อนอัม (2557, น. 70-71)
	3. แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้การเดินทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก	
	4. ท่านจะยังกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกแม้ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวจะสูงขึ้นในอนาคต	ฐิติมา รัตนพงษ์ (2558, น. 146)
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	5. ท่านจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน	อริสรา ระติพิภพพันธ์ (2557, น. 167)
	6. ท่านจะเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อการมาท่องเที่ยวที่นี่ให้กับบุคคลอื่น	

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำ ยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลาของนักท่องเที่ยว	ข้อความ	ที่มา
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	7. ท่านจะพูดถึงแต่ด้านดีของ แหล่งท่องเที่ยวที่นี้ให้กับ บุคคลอื่น	อริสรา ระติพิภย์พันธ์ (2557, น. 167)
	8. ท่านจะแสดงความคิดเห็น โต้แย้งทันทีเมื่อบุคคลอื่น วิจารณ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นี้ ไม่ดี	ฐิติมา รัตนพงษ์ (2558, น. 146)

จากตารางที่ 3.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และตารางที่ 3.3 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการวัดจากการให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น โดยนำคะแนนมาแปรผลจากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย (มัลลิกา บุญนาค, 2548, น. 23-24) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ซึ่งระดับคะแนนเฉลี่ยจะแปลความหมายโดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยสุด

ส่วนที่ 5 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยวิเคราะห์จากการอ่านพร้อมทั้งแบ่งกลุ่มข้อมูลเพื่อแสดงค่าความถี่

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

- วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป และใช้สถิติ t-test ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม เพื่อพิจารณาหาค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา (สุวิมล ติรภานนท์, 2548, น. 99)

- วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรขึ้นไปส่งผลไปยังตัวแปรตาม 1 ตัวแปร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เป็นกรรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มประชากรตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 450 คน แต่พบว่าแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้มีจำนวน 402 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา
3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
7. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
8. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
9. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติค่าที (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติค่าเอฟ (F-test)
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
R^2_{adj}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับค่าแล้ว
Sig	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 402 คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ย ต่อเดือน ภูมิลำเนา โดยใช้สถิติค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ความถี่ (จำนวน) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

(n=402)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	113	28.1
หญิง	289	71.9
อายุ		
20-30 ปี	210	52.2
31-40 ปี	112	27.9

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=402)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
41-50 ปี	37	9.2
51-60 ปี	32	8.0
61 ปีขึ้นไป	11	2.7
สถานภาพ		
โสด	253	62.9
สมรส	131	32.6
หย่าร้าง	10	2.5
หม้าย	8	2.0
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	25.9
ปริญญาตรี	253	62.9
ปริญญาโท	40	10.0
สูงกว่าปริญญาโท	5	1.2
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	18.4
พนักงานบริษัทเอกชน	128	31.8
ธุรกิจส่วนตัว	74	18.4
รับจ้างทั่วไป	25	6.2
นักเรียน/นักศึกษา	85	21.1
อื่นๆ	16	4.0
รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	24.6
10,001 - 20,000 บาท	99	24.6
20,001 - 30,000 บาท	119	29.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=402)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
30,001 - 40,000 บาท	53	13.2
40,001 – 50,000 บาท	17	4.2
50,001 บาทขึ้นไป	15	3.7
ภูมิภาค		
ภาคเหนือ	15	3.7
ภาคกลาง	38	9.5
ภาคใต้	331	82.3
ภาคตะวันออก	4	1.0
ภาคตะวันตก	6	1.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	9	2.2
รวม	402	100

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ จากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำ โดยจำแนกออกเป็นแต่ละด้านได้แก่

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 289 คิดเป็นร้อยละ 71.9 เพศชาย จำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 28.1

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา คือ กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 และสัดส่วนน้อยสุด คือ กลุ่มช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และส่วนน้อยสุด คือ สถานภาพหม้าย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และส่วนน้อยสุด คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และส่วนน้อยสุด คือ อาชีพอื่นๆ ที่นอกเหนือดังที่กล่าวมา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และส่วนน้อยสุด คือ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมา คือ มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และส่วนน้อยสุด คือ มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคตะวันออก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมากับบุคคลใด ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านเดินทางมาครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวใดที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุดจาก 4 แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดน้ำคลองแห สวนสาธารณะเทศบาลเมืองนครหาดใหญ่ แหลมสมิหลา ย่านเมืองเก่า และรูปแบบการเดินทางในการยังแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้สถิติค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 2 ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

(n=402)		
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ท่านเคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลากี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)		
2 ครั้ง	87	21.6
3 ครั้ง	65	16.2
4 ครั้ง	31	7.7
5 ครั้งขึ้นไป	219	54.5
ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวของท่านในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง		
ไปเช้า-เย็นกลับ	142	35.3
พัก 1 คืน	91	22.6
พัก 2-3 คืน	120	29.9
พัก 4-5 คืน	20	5.0
พัก 5 คืนขึ้นไป	29	7.2
วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของท่าน		
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	228	56.7
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	65	16.2
การศึกษา/ทัศนศึกษา	61	15.2
ติดต่อธุรกิจ	25	6.2
ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา	19	4.7
อื่นๆ	4	1.0
การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ท่านมากับบุคคลใดบ้าง		
คนเดียว	40	10.0
เพื่อน	152	37.8
ครอบครัว/ญาติ	161	40.0
กลุ่มทัวร์	44	10.9

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n=402)		
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ท่านมากับบุคคลใดบ้าง อื่นๆ	5	1.2
ค่าใช้จ่ายของท่านสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในครั้งนี้		
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	48	11.9
ไม่เกิน 1,000 บาท	101	25.1
1,001- 2,000 บาท	83	20.6
2,001 - 3,000 บาท	74	18.4
3,001- 4,000 บาท	30	7.5
4,001 บาทขึ้นไป	66	16.4
แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านเดินทางมาครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ตลาดน้ำคลองแห	181	45.0
สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่	120	29.9
แหลมสมิหลา	260	64.7
ย่านเมืองเก่า	236	58.7
แหล่งท่องเที่ยวใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด		
ตลาดน้ำคลองแห	90	22.4
สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่	31	7.7
แหลมสมิหลา	140	34.8
ย่านเมืองเก่า	141	35.1
รูปแบบการเดินทางของท่านในการมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้		
รถยนต์ส่วนตัว	225	63.4
รถโดยสารประจำทาง	44	10.9
รถจักรยานยนต์	21	5.2

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
(n=402)		
รูปแบบการเดินทางของท่านในการมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้		
รถเช่า	29	7.2
กรู๊ปทัวร์	53	13.2

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.52 รองลงมา คือ 2 ครั้ง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และส่วนน้อยที่สุด คือ 4 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ไปเช้า-เย็น กลับจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ พัก 2-3 คืน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และน้อยที่สุด คือ พัก 4-5 คืน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของท่าน พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และน้อยที่สุด คือ วัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาด้วยบุคคลใดบ้าง พบว่า ส่วนใหญ่มาด้วยท่องเที่ยวครอบครัว/ญาติ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ มาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และน้อยที่สุด คือ บุคคลอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ

ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 101 คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่าย 1,001-2,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และน้อยที่สุด คือ มีค่าใช้จ่าย 3,001-4,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งนี้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่แหลมสมิหลา จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7

รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ย่านเมืองเก่า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 และน้อยสุด คือ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9

แหล่งท่องเที่ยวใดที่ชื่นชอบมากที่สุดจาก 4 แหล่งท่องเที่ยว (ตลาดน้ำคลองแห สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ แหลมสมิหลา ย่านเมืองเก่า) พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชื่นชอบย่านเมืองเก่า จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมา คือ แหลมสมิหลา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และน้อยสุด คือ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

รูปแบบการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามในการมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมา คือ มีรูปแบบการเดินทางโดยกรู๊ปทัวร์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และน้อยสุด คือ มีรูปแบบการเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ด้านการบริการ 4. ด้านการคมนาคม 5. ด้านความปลอดภัย โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.62	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.75	0.78	มาก
3. ด้านการบริการ	3.83	0.87	มาก
4. ด้านการคมนาคม	3.83	0.79	มาก
5. ด้านความปลอดภัย	3.85	0.75	มาก
รวม	3.85	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และด้านการคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.75

ตารางที่ 4. 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว			
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.05	0.85	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.19	0.74	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.72	0.99	มาก
4. สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมเป็นที่พึงพอใจ	4.03	0.71	มาก
รวม	4.00	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.19 แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.05 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมเป็นที่พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.03 และแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.72

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1. มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ได้มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจไว้คอยบริการ	3.88	1.00	มาก
2. มีบริการด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้บริการฟรี	3.50	1.21	มาก
3. มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนที่เพียงพอ	4.11	0.88	มาก
4. มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก ราคาเหมาะสม	3.73	1.01	มาก
5. มีที่นั่งพักผ่อน สะอาดและมีจำนวนเพียงพอ	3.80	1.02	มาก
6. มีห้องน้ำสาธารณะ สะดวก สะอาดและเพียงพอ	3.54	1.11	มาก
7. มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพียงพอและใช้งานได้ดี เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ไฟฟ้า	3.70	0.98	มาก
รวม	3.75	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ได้มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจไว้คอยบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.88 มีที่นั่งพักผ่อน สะอาดและมีจำนวนเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก ราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.73 มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพียงพอและใช้งานได้ดี เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีห้องน้ำสาธารณะ สะดวก สะอาดและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และมีบริการด้านอินเทอร์เน็ตให้ใช้บริการฟรี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.50

ตารางที่ 4. 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการบริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการบริการ			
1. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีทักษะ ความรู้ และ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ สามารถแนะนำให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี	3.94	2.14	มาก
2. มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.03	0.84	มาก
3. มีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ อย่างเพียงพอ	3.49	1.10	มาก
4. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้	3.81	0.89	มาก
5. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ	3.87	0.96	มาก
รวม	3.83	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในด้านการบริการอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.03 เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีทักษะ ความรู้ และ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ สามารถแนะนำให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.94 เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวยิ้มแย้มแจ่มใสและเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.87 เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และมีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.49

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการคมนาคม			
1. การเดินทางสะดวกสบาย	4.03	0.94	มาก
2. มีบริการรถสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถรับจ้าง อย่างเพียงพอ	3.78	1.06	มาก
3. ราคาค่าโดยสารของรถสาธารณะมีความเหมาะสม	3.61	1.01	มาก
4. มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา อย่างเหมาะสมและชัดเจน	3.89	0.90	มาก
รวม	3.83	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในด้านการคมนาคมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การเดินทางสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.03 รองมา คือ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา อย่างเหมาะสมและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.89 มีบริการรถสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถรับจ้าง อย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และราคาค่าโดยสารของรถสาธารณะมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.61

ตารางที่ 4. 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านความปลอดภัย			
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.02	0.83	มาก
2. สถานที่จอดรถมีความปลอดภัย	3.78	1.01	มาก
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.97	0.77	มาก
4. เจ้าหน้าที่มีความเข้มงวดในด้านการรักษาความปลอดภัย	3.61	1.01	มาก
รวม	3.85	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.02 ส่วนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.97 สถานที่จอดรถมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.78 และเจ้าหน้าที่มีความเข้มงวดในด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.61

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 402 คน ในด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลาของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.01	0.70	มาก
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	3.99	0.69	มาก
รวม	4.00	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีระดับความคิดเห็นการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4. 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลาของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ			
1. ท่านมีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอนในอนาคต	4.15	0.79	มาก
2. ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวอีก	4.06	0.82	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีการเดินทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก	4.00	0.86	มาก
4. ถ้าแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จะสูงขึ้นในอนาคต ท่านก็จะยังกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีก	3.81	0.93	มาก
รวม	4.01	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีระดับความคิดเห็นด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอนในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.15 ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอยากกลับมาเที่ยวอีก มีค่าเฉลี่ย 4.06 แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีการเดินทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และถ้าแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จะสูงขึ้นในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามก็จะยังกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4. 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลาของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น			
1. ท่านจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่นี่อย่าง แน่นอน	4.19	0.77	มาก
2. ท่านจะเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อการมาท่องเที่ยวที่นี่ให้กับ บุคคลอื่น	4.14	0.76	มาก
3. ท่านจะพูดถึงแต่ด้านดีของแหล่งท่องเที่ยวที่นี่ให้กับบุคคล อื่น	3.92	0.92	มาก
4. ท่านจะแสดงความคิดเห็นโต้แย้งทันทีเมื่อบุคคลอื่นวิจารณ์ ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นี่ไม่ดี	3.69	1.05	มาก
รวม	3.99	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีระดับความคิดเห็นด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีระดับความคิดเห็นด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นอยู่ในระดับ

มากทุกข้อ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่นี้อย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามจะเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อการมาท่องเที่ยวที่นีให้กับบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามจะพูดถึงแต่ด้านดีของแหล่งท่องเที่ยวที่นีให้กับบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.92 และผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงความคิดเห็นโต้แย้งทันทีเมื่อบุคคลอื่นวิจารณ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นีไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 402 คน โดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ชาย		หญิง		t	Sig
	(n=113)		(n=289)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.59	4.01	0.63	-0.56	0.712
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.80	0.78	3.74	0.77	0.71	0.439
3. ด้านการบริการ	3.85	1.13	3.82	0.74	0.30	0.272
4. ด้านการคมนาคม	3.78	0.78	3.85	0.79	-0.77	0.853
5. ด้านความปลอดภัย	3.83	0.69	3.86	0.77	-0.37	0.299
รวม	3.84	0.62	3.85	0.62	-0.13	0.894

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4. 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรป จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรป	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		61 ปีขึ้นไป		F	Sig
	(n=210)		(n=112)		(n=112)		(n=112)		(n=112)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.62	3.97	0.54	4.10	0.64	4.13	0.54	4.20	1.13	1.17	0.325
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.73	0.78	3.73	0.68	3.88	0.84	3.82	0.82	3.77	1.25	0.36	0.837
3. ด้านการบริการ	3.81	0.74	3.83	1.11	3.83	0.79	3.89	0.69	3.89	1.19	0.81	0.988
4. ด้านการคมนาคม	3.86	0.77	3.76	0.77	3.90	0.77	3.78	0.80	3.95	1.26	0.47	0.759
5. ด้านความปลอดภัย	3.83	0.78	3.77	0.62	4.05	0.71	4.03	0.59	3.73	1.41	0.47	0.759
รวม	3.84	0.62	3.81	0.55	3.95	0.66	3.93	0.53	3.91	1.18	1.59	0.175

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรป พบว่า อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ไทย	โสด (n=253)		สมรส (n=131)		อยู่ข้าง (n=10)		หม้าย (n=8)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้าน สภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยว	3.98	0.59	3.98	0.67	4.38	0.50	0.44	0.44	2.20	0.09
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.73	0.75	3.73	0.83	4.24	0.62	4.32	0.47	2.94	0.03*
3. ด้านการบริการ	3.77	0.73	3.90	1.09	4.20	0.66	3.93	0.87	1.30	0.27
4. ด้านการ คมนาคม	3.79	0.80	3.86	0.78	4.28	0.48	4.03	0.78	1.54	0.20
5. ด้านความ ปลอดภัย	3.81	0.76	3.88	0.70	4.15	0.99	4.13	0.60	1.27	0.286
รวม	3.82	0.60	3.87	0.65	4.25	0.57	4.15	0.53	1.27	0.29

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4. 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	\bar{X}	โตด	สมรส	อย่าร้าง	หม้าย
		(n=253)	(n=131)	(n=10)	(n=8)
	\bar{X}	3.73	3.73	4.24	4.32
โตด	3.73		0.08	0.25	0.28
สมรส	3.73			0.25	0.28
อย่าร้าง	4.24				0.37
หม้าย	4.32				

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า สถานภาพที่ต่างกันกับความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีรายคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว ชาวไทย	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=104)		ปริญญาตรี (n=253)		ปริญญาโท (n=40)		สูงกว่า ปริญญาโท (n=5)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้าน สภาพแวดล้อม แหล่ง ท่องเที่ยว	4.05	0.60	3.99	0.60	3.94	0.66	3.75	1.16	0.59	0.624
2. ด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก	3.76	0.72	3.77	0.79	3.68	0.77	3.49	1.36	0.36	0.782
3. ด้านการ บริการ	3.86	0.65	3.83	0.95	3.78	0.71	3.48	1.53	0.36	0.785
4. ด้านการ คมนาคม	3.88	0.72	3.83	0.81	3.72	0.69	3.70	1.57	0.42	0.736
5. ด้านความ ปลอดภัย	3.96	0.77	3.81	0.72	3.83	0.68	3.50	1.69	1.44	0.229
รวม	3.90	0.58	3.85	0.62	3.79	0.56	3.58	1.40	0.69	0.559

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=74)		พนักงาน บริษัทเอกชน (n=128)		ธุรกิจ ส่วนตัว (n=74)		รับจ้าง ทั่วไป (n=25)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=85)		อื่นๆ (n=85)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.53	3.93	0.65	4.08	0.62	3.91	0.69	4.12	0.58	3.86		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.81	0.66	3.74	0.82	3.66	0.96	3.59	0.89	3.89	0.60	3.54	0.53	1.34	0.246
3. ด้านการบริการ	3.94	1.18	3.71	0.85	3.79	0.89	3.80	0.52	3.96	0.63	3.70	0.54	1.19	0.313
4. ด้านการคมนาคม	3.86	0.69	3.73	0.83	3.81	0.97	3.95	0.68	3.99	0.65	3.58	0.68	1.63	0.150
5. ด้านความปลอดภัย	3.79	0.60	3.82	0.77	3.92	0.85	3.77	0.74	3.91	0.77	3.75	0.47	0.51	0.772
รวม	3.87	0.51	3.79	0.67	3.85	0.71	3.80	0.62	3.98	0.55	3.68	0.46	1.29	0.268

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=113)		10,001 - 20,000 บาท (n=289)		20,001 - 30,000 บาท (n=113)		30,001 - 40,000 บาท (n=289)		40,001 - 50,000 บาท (n=113)		50,001 บาทขึ้นไป (n=289)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.58	3.83	0.62	4.07	0.57	4.04	0.65	4.00	0.70	3.78		
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.82	0.64	3.61	0.83	3.80	0.75	3.83	0.91	3.66	0.84	3.68	0.79	1.14	0.341
3. ด้านการบริการ	3.97	0.54	3.63	0.78	3.91	1.12	3.84	0.84	3.82	0.84	3.49	0.88	2.21	0.053
4. ด้านการคมนาคม	3.98	0.60	3.77	0.82	3.76	0.84	3.95	0.78	3.69	1.04	3.58	0.83	1.68	0.140
5. ด้านความปลอดภัย	3.92	0.73	3.69	0.82	3.89	0.70	3.93	0.67	3.78	0.85	3.85	0.82	1.35	0.242
รวม	3.96	0.51	3.71	0.67	3.89	0.60	3.92	0.66	3.79	0.71	3.68	0.69	2.20	0.053

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน ส่วนความพึงพอใจด้านการบริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4. 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	50,001
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป
		(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)
	\bar{X}	4.10	3.82	4.07	4.04	4.00	3.78
ต่ำกว่า	4.10		0.09	0.08	0.10	0.16	0.17
10,000 บาท							
10,001 -	3.82			0.08	0.10	0.16	0.17
20,000 บาท							
20,001 -	4.07				0.10	0.16	0.17
30,000 บาท							
30,001 -	4.04					0.17	0.18
40,000 บาท							
40,001 -	4.00						0.22
50,000 บาท							
50,001 บาท	3.78						
ขึ้นไป							

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ช่วงของรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรายคู่ใดที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4. 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิภาค

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		F	Sig
	(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	3.80	0.71	3.96	0.70	4.00	0.61	4.19	0.43	4.25	0.42	4.06	0.63	0.64	0.673
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.52	0.71	3.81	0.79	3.75	0.78	4.04	0.51	3.79	0.51	3.71	0.97	0.41	0.844
3. ด้านการบริการ	3.60	0.66	3.85	0.86	3.84	0.89	3.70	0.62	3.97	0.29	3.42	0.92	0.68	0.643
4. ด้านการคมนาคม	3.78	0.72	3.76	0.96	3.86	0.77	3.31	0.63	3.54	0.29	3.61	1.13	0.79	0.555
5. ด้านความปลอดภัย	3.70	0.73	3.97	0.74	3.86	0.73	3.75	0.50	3.46	0.49	3.50	1.30	1.05	0.388
รวม	3.68	0.63	3.87	0.70	3.86	0.61	3.80	0.26	3.80	0.26	3.66	0.87	0.46	0.817

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าภูมิภาคที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่ต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และ แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน โดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของ นักท่องเที่ยว	ชาย (n=113)		หญิง (n=289)		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.90	0.68	4.05		
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	3.88	0.74	4.03	0.66	-1.89	0.059
รวม	3.89	0.65	4.04	0.63	-2.09	0.037

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4. 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สงขลาของนักท่องเที่ยว	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		61 ปีขึ้นไป		F	Sig
	(n=210)		(n=112)		(n=112)		(n=112)		(n=112)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.02	0.72	3.91	0.68	4.02	0.68	4.23	0.47	3.98	1.12	1.34	0.255
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.04	0.65	3.91	0.68	3.84	0.80	4.07	0.64	4.02	1.08	1.17	0.322
รวม	4.03	0.64	3.91	0.62	3.93	0.68	4.15	0.48	4.00	1.05	1.20	0.312

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	โสด (n=253)		สมรส (n=131)		อยู่ร้าง (n=10)		หม้าย (n=8)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.98	0.73	4.02	0.69	4.05	0.48	4.38	0.40	0.85	0.469
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.01	0.69	3.90	0.69	4.18	0.44	4.22	0.73	1.31	0.272
รวม	4.00	0.66	3.96	0.63	4.11	0.39	4.30	0.50	0.81	0.487

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=104)		ปริญญาตรี (n=253)		ปริญญาโท (n=40)		สูงกว่าปริญญาโท (n=5)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.13	0.68	3.97	0.69	3.94	0.65	3.75	1.62	1.54	0.204
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.06	0.61	3.96	0.70	3.97	0.68	3.70	1.61	0.85	0.468
รวม	4.10	0.59	3.97	0.64	3.95	0.61	3.73	1.61	1.35	0.258

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=74)		พนักงาน บริษัทเอกชน (n=128)		ธุรกิจ ส่วนตัว (n=74)		รับจ้าง ทั่วไป (n=25)		นักเรียน/ นักศึกษา (n=85)		อื่นๆ (n=85)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านการตั้งกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.01	0.64	3.87	0.72	4.06	0.80	4.01	0.58	4.13	0.70	4.13		
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.06	0.67	3.87	0.70	3.91	0.81	4.07	0.49	4.13	0.63	4.02	0.51	1.85	0.101
รวม	4.04	0.59	3.87	0.65	3.99	0.73	4.04	0.50	4.13	0.63	4.07	0.52	1.85	0.103

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อบุคคลอื่น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 - 20,000 บาท		20,001 - 30,000 บาท		30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป		F	Sig
	(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.17	0.62	3.87	0.77	3.99	0.63	4.09	0.67	3.94	1.01	3.67	0.85	2.78	0.017*
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.19	0.53	3.89	0.68	3.92	0.70	3.98	0.71	4.03	0.98	3.82	0.91	2.53	0.029*
รวม	4.18	0.52	3.88	0.68	3.95	0.60	4.03	0.64	3.99	0.91	3.74	0.87	2.92	0.013*

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4. 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	50,001
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)
	\bar{X}	4.17	3.87	3.99	4.09	3.94	3.67
ต่ำกว่า	4.17		0.30	0.18	0.08	0.23	0.51
10,000 บาท							
10,001 -	3.87			-0.12	-0.22	-0.07	0.21
20,000 บาท							
20,001 -	3.99				-0.10	0.05	0.32
30,000 บาท							
30,001 -	4.09					0.15	0.42
40,000 บาท							
40,001 -	3.94						0.27
50,000 บาท							
50,001 บาท	3.67						
ขึ้นไป							

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ช่วงของรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ไม่มีรายคูใดที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4. 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,001 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	50,001
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)	(n=113)	(n=289)
	\bar{X}	4.19	3.89	3.92	3.98	4.03	3.82
ต่ำกว่า	4.19		0.29	0.27	0.21	0.16	0.37
10,000 บาท							
10,001 -	3.89			-0.02	-0.08	-0.14	0.08
20,000 บาท							
20,001 -	3.92				-0.06	-0.11	0.10
30,000 บาท							
30,001 -	3.98					-0.05	0.16
40,000 บาท							
40,001 -	4.03						0.21
50,000 บาท							
50,001 บาท	3.82						
ขึ้นไป							

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น จำแนกตามรายได้ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ช่วงของรายได้ที่ต่างกันที่มีผลต่อการแนะนำต่อบุคคลอื่นแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และไม่มีรายคูใดที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4. 29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคตะวันออก		F	Sig
	(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)		(n=113)		(n=289)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.78	0.72	4.02	0.79	4.02	0.69	3.88	0.14	4.00	0.42	3.78	1.11	0.55	0.737
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	3.73	0.68	4.07	0.74	3.99	0.69	4.06	0.72	3.88	0.67	3.89	0.66	0.59	0.710
รวม	3.76	0.68	4.04	0.74	4.01	0.63	3.97	0.37	3.94	0.51	3.83	0.86	0.60	0.703

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ภูมิลำเนาที่ต่างกันมีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน โดยใช้สถิติ (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	2 ครั้ง (n=87)		3 ครั้ง (n=65)		4 ครั้ง (n=31)		5 ครั้งขึ้นไป (n=219)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.95	0.73	4.02	0.67	4.03	0.69	4.02	0.71	0.22	0.880
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	3.95	0.70	3.93	0.80	3.94	0.74	4.02	0.64	0.49	0.688
รวม	3.95	0.65	3.98	0.68	3.99	0.67	4.02	0.63	0.28	0.842

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า จำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ไปเข้า-เย็น กลับ		พัก 1 คืน		พัก 2-3 คืน		พัก 4-5 คืน		พัก 5 คืนขึ้นไป		F	Sig
	(n=142)		(n=91)		(n=120)		(n=20)		(n=29)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.04	0.67	4.01	0.76	4.01	0.65	3.91	0.83	3.88	0.82	0.40	0.808
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.02	0.63	3.97	0.80	3.97	0.70	4.01	0.70	3.91	0.56	0.22	0.928
รวม	4.03	0.61	3.99	0.73	3.99	0.60	3.96	0.70	3.90	0.65	0.30	0.880

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ท่องเที่ยว/พักผ่อน (n=228)		เยี่ยมญาติ/เพื่อน (n=65)		การศึกษา/ทัศนศึกษา (n=61)		ติดต่อธุรกิจ (n=25)		ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา (n=19)		อื่นๆ (n=4)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.05	0.63	3.94	0.89	4.02	0.77	3.82	0.76	3.96	0.52	3.69		
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.03	0.67	3.90	0.76	3.96	0.75	4.01	0.61	3.88	0.65	3.69	0.52	0.60	0.697
รวม	4.04	0.60	3.92	0.78	3.99	0.72	3.92	0.60	3.92	0.47	3.69	0.51	0.70	0.624

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	คนเดียว (n=40)		เพื่อน (n=152)		ครอบครัว/ ญาติ (n=161)		กลุ่มทัวร์ (n=44)		อื่นๆ (n=5)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.90	0.88	4.02	0.66	4.01	0.66	4.03	0.81	4.15		
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	3.95	0.82	4.03	0.61	3.98	0.67	3.89	0.86	4.35	0.80	0.75	0.560
รวม	3.93	0.79	4.02	0.58	3.99	0.61	3.96	0.81	4.25	0.77	0.42	0.797

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 34 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ไม่เสีย		ไม่เกิน 1,000 บาท		1,001- 2,000 บาท		2,001 - 3,000 บาท		3,001- 4,000 บาท		4,001 บาทขึ้นไป		F	Sig
	ค่าใช้จ่าย (n=48)		1,000 บาท (n=101)		บาท (n=83)		บาท (n=74)		บาท (n=30)		บาท (n=66)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.09	0.66	4.09	0.60	3.98	0.69	3.86	0.84	4.01	0.66	4.01	0.74	1.09	0.367
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.00	0.56	4.04	0.62	3.87	0.74	3.98	0.85	4.03	0.69	4.03	0.61	0.72	0.612
รวม	4.04	0.56	4.07	0.57	3.92	0.64	3.92	0.79	4.02	0.63	4.02	0.63	0.77	0.575

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว (n=255)		รถโดยสารประจำทาง (n=44)		รถจักรยานยนต์ (n=21)		รถเช่า (n=29)		กรุ๊ปทัวร์ (n=53)		F	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.01	0.68	3.83	0.94	4.06	0.56	3.98	0.76	4.11		
2. ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น	4.00	0.67	3.84	0.89	4.10	0.49	3.96	0.66	4.00	0.67	0.68	0.610
รวม	4.01	0.62	3.84	0.88	4.08	0.48	3.97	0.60	4.06	0.60	0.93	0.446

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่ต่างกัน มีผลต่อด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่แตกต่างกัน

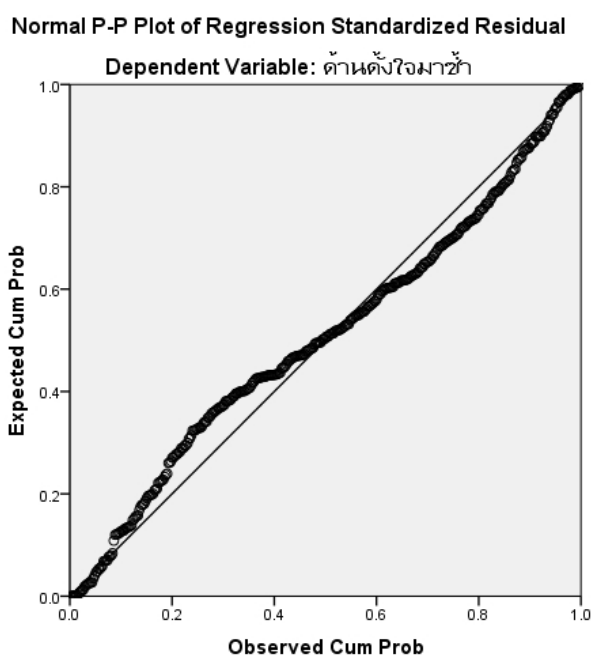
8. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method โดยการกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

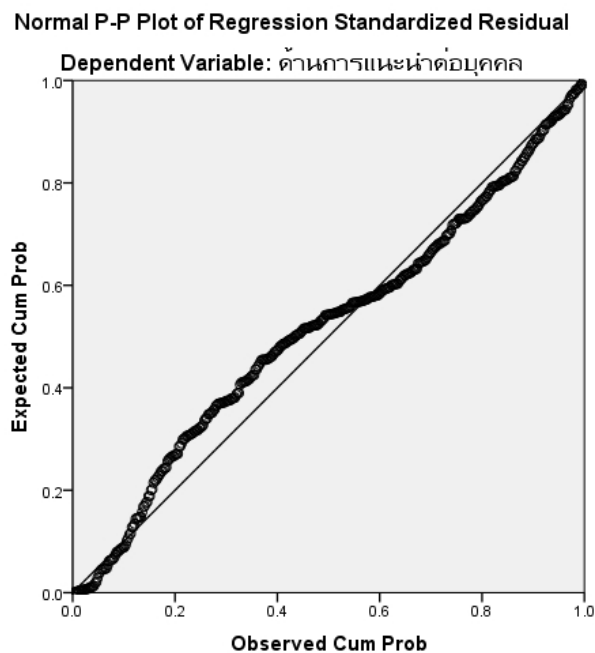
ข้อตกลงเบื้องต้นของการตรวจสอบข้อมูลตามเงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) มีรายละเอียดดังนี้

1. การตรวจสอบค่าคลาดเคลื่อนที่มีการแจกแจงปกติของตัวแปรตาม (Tests of Normality)

การตรวจสอบค่าคลาดเคลื่อนที่มีการแจกแจงปกติของตัวแปรตาม (Tests of Normality) เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น โดยจะเห็นว่า Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Field, 2013, pp. 350) ดังแผนภาพที่ 4 และ 5 ดังนี้



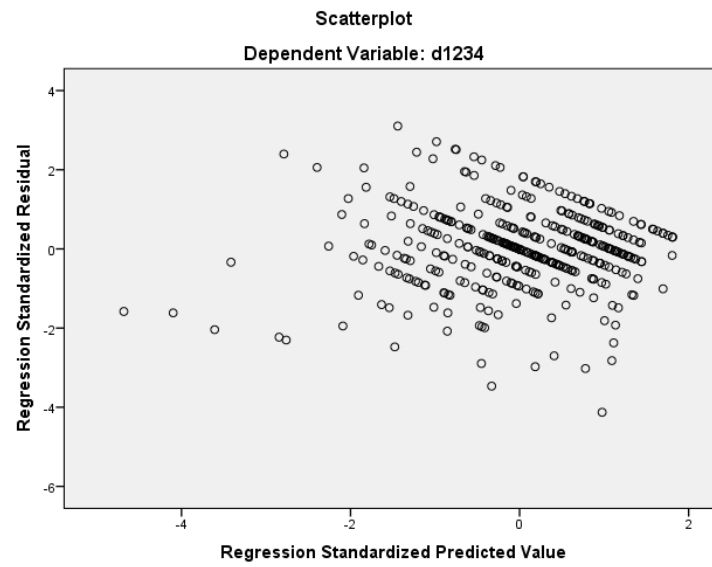
ภาพที่ 4 แผนภาพ Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ตัวแปรตามด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ



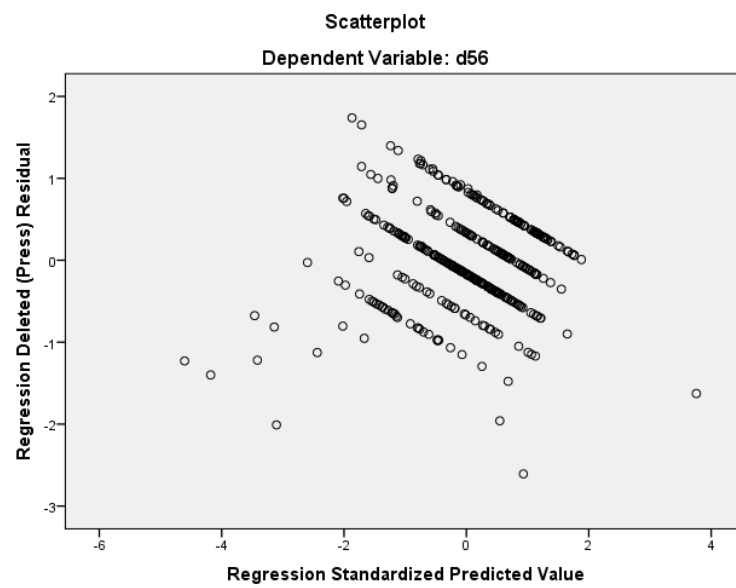
ภาพที่ 5 แผนภาพ Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ตัวแปรตาม
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

2. ทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity)

เมื่อนำมาทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) โดยดูจากการกระจาย Scatter Plot ของตัวแปรตาม ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่เหนือและใต้ระดับ ซึ่งกระจายตัวอยู่ในช่วงแคบ ไม่ว่า Y เปลี่ยนแปลงไปทิศทางใดก็ตาม จึงสรุปได้ว่า ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ ดังภาพที่ 6 และ 7 ดังนี้



ภาพที่ 6 แผนภาพการกระจาย Scatter Plot ของตัวแปรตาม ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ



ภาพที่ 7 แผนภาพการกระจาย Scatter Plot ของตัวแปรตาม ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

3. ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน

โดยการใช้ค่า Durbin-Watson ในการทดสอบตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือไม่ ใช้เกณฑ์ในการวัดค่า Durbin-Watson ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560, น. 194)

มีค่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 แสดงว่า มีความเป็นอิสระ

มีค่าอยู่ในช่วง 2.6-4.0 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ

มีค่าอยู่ในช่วง 0.0-1.4 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

ตารางที่ 4. 36 Model Summary ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

Model	R	R ²	R ² _{adj}	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.656 ^a	0.430	0.423	0.53452	1.749

a. Predictors: (Constant), ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว, ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการบริการ, ด้านการคมนาคม, ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.36 Model Summary ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.749 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าตัวแปรที่นำมาใช้ทดสอบมีความไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือเป็นอิสระต่อกัน

ตารางที่ 4. 37 Model Summary ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

Model	R	R ²	R ² _{adj}	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.615 ^a	0.378	0.370	0.56648	1.808

a. Predictors: (Constant), ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว, ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการบริการ, ด้านการคมนาคม, ด้านความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.37 Model Summary ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น พบว่า มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.808 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าตัวแปรที่นำมาใช้ทดสอบมีความไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือเป็นอิสระต่อกัน

4. ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

ตารางที่ 4. 38 แสดงค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ		
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	0.632	1.582
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.449	2.225
3. ด้านการบริการ	0.564	1.773
4. ด้านการคมนาคม	0.443	2.255
5. ด้านความปลอดภัย	0.408	2.450
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น		
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	0.632	1.582
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.449	2.225
3. ด้านการบริการ	0.564	1.773
4. ด้านการคมนาคม	0.443	2.255
5. ด้านความปลอดภัย	0.408	2.450

a. Dependent Variable: ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

จากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และมีค่า Variance Inflation Factor (VIF) น้อยกว่า 10 ทุกตัว จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์กัน ซึ่งถือว่าระดับของตัวแปรทุกตัวไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity (Pallant, 2013, pp. 164)

หลังจากที่วิเคราะห์ตามข้อตกลงเบื้องต้นของการตรวจสอบข้อมูลตามเงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 402 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 39 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ปัจจัยพยากรณ์	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.096	0.186		5.886	0.000
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	0.206	0.055	0.180*	3.766	0.000
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.016	0.051	-0.018	-0.314	0.754
3. ด้านการบริการ	0.032	0.041	0.039	0.780	0.436
4. ด้านการคมนาคม	0.218	0.051	0.244*	4.289	0.000
5. ด้านความปลอดภัย	0.309	0.056	0.328*	5.524	0.000

R=0.656, R²=0.430, R²_{adj}=0.423, F=59.786, Sig=0.000

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้ร้อยละ 42.3 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด ($\beta=0.328$) รองลงมาคือ ด้านการคมนาคม ($\beta=0.224$) และด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ($\beta=0.180$) ตามลำดับ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ไม่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4. 40 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น

ปัจจัยพยากรณ์	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.446	0.197		7.327	0.000
1. ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว	0.199	0.058	0.171*	3.440	0.001
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.088	0.054	-0.096	-1.628	0.104
3. ด้านการบริการ	0.203	0.043	0.246*	4.670	0.000
4. ด้านการคมนาคม	0.129	0.054	0.142*	2.393	0.017
5. ด้านความปลอดภัย	0.257	0.059	0.268*	4.326	0.000

R=0.529, R²=0.280, R²_{adj}=0.271, F=30.836, Sig=0.000

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น ได้ร้อยละ 27.1 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการแนะนำต่อบุคคลอื่นได้มากที่สุด ($\beta=0.268$) รองลงมา คือ ด้านการบริการ ($\beta=0.246$) และด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ($\beta=0.171$) และด้านการคมนาคม ($\beta=0.142$) ตามลำดับ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่การกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีข้อเสนอแนะด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีกิจกรรมหลากหลายมากกว่านี้ ปรับบรรยากาศให้น่าชมและดึงดูดความสนใจมากขึ้น ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวอยากให้มีการกระจายอินเทอร์เน็ตให้ใช้ฟรีภายในแหล่งท่องเที่ยวและห้องน้ำที่สาธารณะยังน้อยไม่ค่อยสะอาด ส่วนด้านการบริการ นักท่องเที่ยวอยากให้มีการแนะนำให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่ เช่น แผ่นพับ ส่วนด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวกล่าวว่าราคาค่าโดยสารสาธารณะแพงและมีค่อนข้างน้อยที่ไว้บริการ และด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวได้เสนออีกว่าสถานที่ท่องเที่ยวควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้มากกว่านี้ รวมถึงความปลอดภัยของสถานที่จอดรถอีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ลักษณะด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 2. ความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา และ 3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในด้านใดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำอยู่ในจังหวัดสงขลา และเคยเดินทางมายังจังหวัดสงขลาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 402 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ (จำนวน) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีรายละเอียดผลการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากบทที่ 4 ซึ่งรายงานผลการศึกษาศึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

ด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.9) ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (ร้อยละ 52.2) สถานภาพโสด (ร้อยละ 62.9) และส่วนใหญ่แล้วมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.9) ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 31.8) โดยรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

(ร้อยละ 29.6) มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ (ร้อยละ 82.3) อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีประสบการณ์มาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 54.52) ซึ่งจะไปเข้า-เย็นกลับ (ร้อยละ 35.3) มีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน (ร้อยละ 56.7) โดยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้มากับครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 40.0) และมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท (ร้อยละ 25.1) ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งนี้ คือ แหลมสมิหลา (ร้อยละ 64.7) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ย่านเมืองเก่า (ร้อยละ 35.1) มีลักษณะรูปแบบการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 63.4)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องของความสวยงามและต่ำสุดในเรื่องของความหลากหลายของกิจกรรมรองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและต่ำสุดในเรื่องของเจ้าหน้าที่ที่มีความเข้มงวดในด้านรักษาความปลอดภัย ส่วนด้านการบริการโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องของป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนและต่ำสุดในเรื่องของเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับที่เพียงพอ ส่วนด้านการคมนาคมโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางที่สะดวกสบาย และต่ำสุดในเรื่องของราคาค่าโดยสารของรถสาธารณะมีความเหมาะสม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวนเพียงพอและต่ำสุดในเรื่องของการบริการอินเทอร์เน็ตฟรี

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีระดับความคิดเห็นต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอนในอนาคตและต่ำสุดในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสูงขึ้นในอนาคต นักท่องเที่ยวก็จะยังกลับมาเที่ยวที่นี่อีก และด้านแนะนำต่อบุคคลอื่นให้มาเที่ยวจังหวัดสงขลาอยู่ใน

ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาเที่ยวที่นี้แน่นอน และต่ำสุดในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นโต้แย้งทันทีเมื่อมีคนวิจารณ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นี่ไม่ดี

ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่ต่างกัน ส่วนสถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และรายได้ที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน ส่วนความพึงพอใจด้านการบริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้ว พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีรายคู่ใดที่แตกต่างกัน

ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปในด้านประชากรศาสตร์และการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะเห็นได้ว่าด้านรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมและรายด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา ที่ต่างกันไม่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่แล้ว พบว่า รายได้ที่ต่างกับกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำทั้งด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่นไม่มีรายคู่ใดที่แตกต่างกัน

ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในด้านจำนวนครั้ง ระยะเวลา วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่าย และรูปแบบการเดินทางที่ต่างกันไม่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถร่วมกันพยากรณ์การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้ร้อยละ 42.3 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการคมนาคม และด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถร่วมกันพยากรณ์การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น ได้ร้อยละ 27.1 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและด้านการคมนาคม

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการอภิปรายตามรายชื่อของวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีพฤติกรรมเคยมาเที่ยวจังหวัดสงขลาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป โดยเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา รัตนพงษ์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีผลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชเคยมาเที่ยวแล้วมากกว่า 5 ครั้ง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาไปเช้า-เย็นกลับ อีกทั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อน งานวิจัยฉบับนี้พบว่า การมาเที่ยวในจังหวัดสงขลาจะมากับครอบครัว/ญาติ มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ณัฐพล เนียมแก้ว (2560) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการเดินทางมากับครอบครัวเช่นกัน ผลการศึกษานี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งไม่เกิน 1,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559) ซึ่งศึกษาการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี นั้นมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวแต่ละครั้งไม่เกิน 1,000 บาทเช่นกัน อีกทั้งการศึกษานี้ยังพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด คือ แหลมสมิหลา จากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง คือ ตลาดน้ำคลองแห สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่

แหลมสมิหลา ย่านเมืองเก่า มีความสอดคล้องกับ ชิดา ชูทวี (2550) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าแหลมสมิหลามีความเป็นธรรมชาติ เหมาะแก่การพักผ่อนริมทะเล ผลการศึกษาฉบับนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยรถยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนกฤต สุทธิรัตน์ โชติ (2559) พบว่า การเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากมีความสะดวกสบายเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ในขณะที่งานวิจัยของ จารุวรรณ อุชาติ (2554) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากับเพื่อน ใช้เวลาวันหยุดยาวในการท่องเที่ยว 2-3 คืน อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังชอบสถานที่ท่องเที่ยวห่างสรรพสินค้ามากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

นอกจากนี้งานวิจัยของ ณัฐพล เนียมแก้ว (2560) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนด้านสินค้าและบริการมีความพึงพอใจต่ำสุด ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยฉบับนี้ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวโดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องของความหลากหลายของกิจกรรม เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งมีกิจกรรมหรือสิ่งดึงดูดความสนใจที่จำกัดทำให้เมื่อนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเดิมพบว่าไม่มีสิ่งอื่นให้ทำ ส่งผลให้ไม่เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องของเจ้าหน้าที่ที่มีความเข้มงวดในด้านรักษาความปลอดภัย ตรงกับปัจจัยด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่มีความปลอดภัยเป็นอันดับหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าการมาเที่ยวในจังหวัดสงขลายังก่อให้เกิดความกังวลในกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความปลอดภัยและสถานการณ์ในชายแดนภาคใต้ การแสดงให้เห็นถึงการรักษาความปลอดภัยเช่นมีเจ้าหน้าที่ตรวจเช็คการเข้าออกจะมีส่วนช่วยทั้งความพึงพอใจและโอกาสในการกลับมาเยือนอีกครั้ง ส่วนด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องของเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับที่เพียงพอแต่แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังขาดการดูแลสร้างความเป็นมาทำให้ไม่มีข้อมูลสำคัญที่จะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรับทราบ ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมากเมื่อได้มาเที่ยวแล้วต้องการที่จะรับทราบข้อมูลความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆด้วย นอกจากนี้การสื่อสารข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้หลากหลายวิธีมากขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการสแกน QR code ส่วนด้านการคมนาคม โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องของราคาค่าโดยสารของรถสาธารณะมีความเหมาะสมเพราะแม้ว่าสงขลาจะมีรถสาธารณะบริการหลากหลายไม่ว่าจะเป็น

รถสองแถว มอเตอร์ไซค์รับจ้างหรือรถตุ๊กตุ๊ก อัตราค่าบริการค่อนข้างมีราคาแพง ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในเรื่องการบริการใช้อินเทอร์เน็ตฟรี เพราะนักท่องเที่ยวนั้นต้องการโพสต์และแชร์รูปเป็นจำนวนมากซึ่งทำให้ต้องใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นการมีบริการไวไฟให้ใช้นั้นจึงขาดไปเสียมิได้

2. ความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา พบว่า จำนวนครั้ง ระยะเวลา วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่าย และรูปแบบการเดินทางในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ อริสรา ระพิทย์พันธ์ (2557) ศึกษาในเรื่องผลกระทบของการรับรู้ลักษณะภูมิทัศน์บริการของร้านอาหารทะเลในพื้นที่แหลมโพธิ์ที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีที่ต่างกัน อาจเป็นไปได้ว่าจำนวนครั้งที่มาใช้บริการร้านอาหารมีปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีมากกว่าจำนวนครั้งที่เคยไปยังแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ทั่วไป เพราะการมาใช้บริการซ้ำของร้านอาหารทำให้มีโอกาสได้รับการบริการจากพนักงานที่ไม่เหมือนเดิมเนื่องจากไม่สามารถบังคับให้ลูกค้าที่มาใช้ซ้ำให้ได้รับการบริการจากพนักงานคนเดิม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fayed, Wafik, & Gerges (2016) ศึกษาเรื่องผลของแรงจูงใจ ความเข้าใจและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว กล่าวหาว่าหากเข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวจะส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจให้มีความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางจากการที่ได้รับประสบการณ์ที่ดี ทำให้แนวโน้มการกลับมาซ้ำมากขึ้น

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในด้านใดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามากที่สุด พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านความปลอดภัยส่งอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวมาสงขลาอีก ดังนั้นจังหวัดสงขลาควรดูแลเรื่องความปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน ทว่าปัจจัยเรื่องความเข้มงวดของเจ้าหน้าที่ในการดูแลรักษาความปลอดภัยมีค่าต่ำสุดซึ่งจะมีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำได้มากที่สุด ถ้าผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวสามารถดูแลเพิ่มเติมความเข้มงวดได้นั้นก็มีโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวกลับมาเพิ่มขึ้น ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำน้อยที่สุด ซึ่งมีสาเหตุมา

จากการที่ปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล แม้ว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวแต่บุคคลเหล่านี้ยังมีความต้องการในการติดต่อกับโลกออนไลน์อยู่ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์หรือการแชร์รูป ดังนั้นการมีบริการอินเทอร์เน็ตฟรีจะเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในยุคนี้ได้มาก แตกต่างกับงานวิจัยของ ศลิษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2553) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557 พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด อีกทั้งยังแตกต่างจากงานวิจัยของ จูติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราชมาจากปัจจัยความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรกในเรื่องความสวยงามทางธรรมชาติ ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว รองมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถร่วมกันพยากรณ์การกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว และด้านการคมนาคม ที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แตกต่างกับงานวิจัยของ สุรสิทธิ์ กุศลรัตนมาศ (2558) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการท่องเที่ยวแบบดำน้ำในอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า การแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นนั้นมาจากความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของความสมบูรณ์ของธรรมชาติที่มีความสวยงามในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นส่วนที่ทำให้อยากบอกต่อแก่บุคคลอื่นให้สัมผัสถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ซึ่งความพึงพอใจที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำทั้งด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและด้านการแนะนำต่อบุคคลมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย เนื่องจากจังหวัดสงขลามีพื้นที่อยู่บริเวณใกล้เคียงสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จึงทำให้ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาเที่ยวซ้ำ

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มประชากรตัวอย่างตามแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนด เมื่อผู้วิจัยลงพื้นที่จริงพบข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนที่มิถุนีลาเนาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา มีส่วนน้อยที่เป็นคนต่างจังหวัด อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางคนมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งเป็นครั้งแรกจึงทำให้การเก็บแบบสอบถามในแต่ละวันได้ไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับหลายครั้งที่ผู้วิจัยต้องอ่านแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามฟัง และด้วยระยะเวลาที่จำกัดในการทำวิจัยครั้งนี้อีกด้วย อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วน 450 ชุด ตามเกณฑ์การทดสอบแล้ว

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลมาพิจารณาเพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนี้

1. การเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ไม่ให้เกิดความจำเจ เช่น การจัดนิทรรศการอนุรักษ์เมืองเก่าให้นักท่องเที่ยวชมและสัมผัสได้ถึงว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก
2. การเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดสถานที่จอดรถให้มีความปลอดภัย มีพนักงานดูแลอย่างสม่ำเสมอและครอบคลุมทั่วทั้งบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีการติดตั้งกล้อง CCTV ที่ใช้งานและมองเห็นทุกจุดเพื่อป้องกันการเกิดเหตุร้ายไม่ว่าจะเป็นการล้วงกระเป๋าไปจนถึงการก่ออาชญากรรม
3. มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในทั้งบริเวณแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่มีจุดอับสัญญาณ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) หรือ 4G รวมไปถึงสัญญาณโทรศัพท์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

4. มีการให้บริการเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับโบรชัวร์ audio guide หรือปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ เช่น การใช้เทคโนโลยี AR หรือ การใช้ QR code เพื่อสแกนและแสดงข้อมูลเกี่ยวกับจุดสำคัญ เข้ามาช่วย

5. มีการควบคุมอัตราค่าโดยสารและแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนพร้อมทั้งตกแต่งรถรับจ้างสาธารณะที่ใช้ในรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากมาใช้บริการซ้ำและ ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมกันไปในตัว

หน่วยงานภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยฉบับนี้ไปประกอบการพิจารณา นำข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวของตน ดังนี้

1. การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเสนอรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคต

2. ร่วมมือกับภาครัฐจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดถนนคนเดินให้มีการจำหน่ายสินค้าและอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลามากขึ้น อีกทั้งการจัดกิจกรรมบริเวณสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ นอกจากจะนั่งกระเช้าไฟฟ้าเพื่อไปไหว้พระ ควรเพิ่มกิจกรรมตกแต่งสถานที่ เช่น การจัดสวนดอกไม้ธรรมชาติ ตามฤดูกาลให้มีความน่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปภาพเป็นที่ระลึกและอยากที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้งในอนาคต

5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพราะฉะนั้นการศึกษารั้งต่อไป ควรศึกษาไปพร้อมกับเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อีกทั้งงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (3 สิงหาคม 2560). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559 (ภาคใต้)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2560 จาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา:
http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=438&filename=index
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (5 เมษายน 2561). สืบค้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2561 จาก สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ม.ค.-มิ.ย. 2560:
https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index
- กระทรวงวัฒนธรรม. (20 กันยายน 2554). สืบค้นเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2560 จาก ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม: <http://www.m-culture.in.th/album/114558>
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2553). การท่องเที่ยว. ใน วิทยุ ทองสกุล, *ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2553* (หน้า 87-103). หาดใหญ่: iKando ไอแคนดู. เข้าถึงได้จาก http://www.songkhla.go.th/files/com_news_operation/2015-01/20150107_xkbxnxru.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546-2560). *สถานที่ท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560 จาก Amazing Thailand:
https://thai.tourismthailand.org/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%AB%E0%B8%B2?ifestyle_id=&cat_id=&
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (16 มกราคม 2559). *เปิดปีท่องเที่ยว"สงขลามาหาสนุกปี 2559-2560"*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 จาก ข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย:
<http://www.tatnewsthai.org/detail.php?newsID=4169>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ท่องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร รายงานประจำปี ททท. 2559*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่. (21 พฤศจิกายน 2560). แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมไปมากที่สุด.

- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2560). ตรวจสอบกำหนดเวลาและราคาค่าโดยสารรถไฟ. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560 จาก www.railway.co.th
- เกศสุณีย์ สุขพลอย. (2558). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและผลกระทบต่อการบอกต่อของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตรังและสตูลในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยุญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จารุวรรณ อุชาติ. (2554). ทักษะคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉันทชัย วรรณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2560 จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ฐิติมา รัตนพงษ์. (2558). ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ณัฐพล เนียมแก้ว. (มกราคม-มีนาคม 2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชานุสรณ์ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง. วิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น(1), 316-323.
- ดิฐวิไลซ์ อ่อนยิ้ม. (2557). ทักษะคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานเมืองเก่าพิจิตร. การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 10(2), 70-71.
- ธิดา ชูทวี. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา. วิทยุญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชนกฤต สุทธินันท์โชติ. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). สรุปแนวโน้มเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 จาก ธนาคารแห่งประเทศไทย: https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/News2559/TN_MPC_220659.pdf
- ชญชนก แวงแก้ว. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- นภวรรณ คณานุกัณฑ์. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภคกับจุดเริ่มต้นและการประยุกต์ใช้เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.
- นฤมล เกษมสุข. (26 พฤษภาคม 2560). สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 จาก กรุงเทพธุรกิจ:
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/756663>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *การศึกษาวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรินซ์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (23 พ.ค. 2559). เข้าถึงได้จาก ประชาชาติธุรกิจออนไลน์:
https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1463984207
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มณฑิรา เกียรติถาวรนนท์. (2558). *การจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้วิกฤติการณ์ทางการเมืองและความไม่สงบในจังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มัลลิกา บุญนาค. (2548). *สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพดี เสตพรธณ. (2544). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: พิษณุการพิมพ์.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). *แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณวิไล สิ้นสิริ . (2554). *ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อร้านอาหารในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชัย เทียนน้อย. (2540). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้งเฮ้าส์.
- ศลิษา ชีรานนท์, และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2553). *ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: กรณีศึกษาภายหลังการเกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557*. *เศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 38-55.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศันสนีย์ ศุวกัญญาโณภาส. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคของสินค้าแฮนด์แบรด์ตราเทสโก้ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุกลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2560). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (17 มกราคม 2556). *พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2552*. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6499
- สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2560). *ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2560*. สงขลา: ศาลากลางจังหวัดสงขลา.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ฉบับที่ 7* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา. (12 กรกฎาคม 2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2560 จากสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป: https://www.m-culture.go.th/songkhla/more_news.php?cid=47
- สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (2559). *รายงานสถิติจังหวัด พ.ศ. 2559*. สงขลา: เลิศวิถิการพิมพ์. เข้าถึงได้จาก http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/report_province/reportstatisticalprovincial2559.pdf
- สุจิตราภรณ์ จุสปลาโล. (ตุลาคม-ธันวาคม 2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา. *สุทธิปริทัศน์*(84), 28-52. เข้าถึงได้จาก <http://www.dpu.ac.th/dpurc/assets/uploads/magazine/3punr4k0m8ow8gcs0w.pdf>
- สุรสิทธิ์ กุศลรัตนมาศ. (2558). *แรงจูงใจ และประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการท่องเที่ยวแบบค่าน้ำในอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวิมล ตีรกานนท์. (2548). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อริสรา ระพิทย์พันธ์. (2557). ผลกระทบของการรับรู้ลักษณะภูมิทัศน์บริการของร้านอาหารทะเลในพื้นที่แหลมโพธิ์ที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). Differentiating between High, Spurious, Latent, and Low Loyalty Participants in Two Leisure Activities. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9(2), 1-17.
- Baloglu, S. (2001). An investigation of a loyalty typology and the multideestination loyalty of international travelers. *Tourism Analysis*, 6(1), 41-52.
- Cohen, E. (2002). *The Sociology of Tourism*. G.B. Routledge.
- Fayed, H. A., Wafik, G. M., & Gerges, N. W. (2016). The Impact of Motivation, Perceptions and Satisfaction on Tourists Loyalty. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*(9), 14-23.
- Field Andy. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics : and sex and drugs and rock 'n' roll* (4 th edition). Los Angeles: Sage.
- Gerald Lawless. (2560). การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. ใน Gerald Lawless, *WTTC Global Summit 2017* (หน้า 9). กรุงเทพฯ: TAT reviw magazine.
- Julie Pallant. (2013). *SPSS Survival Manual*. McGraw-Hill Education (UK).
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11 ed.). Upper Saddle River: Pearson Education International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Analyzing consumer market* (15 ed.). Harlow, Essex, England: pearson education.
- Oppermann, M. (2012). Tourism destination loyalty. *Journal of travel research*, 78-84.
- Sawadee.com. (ม.ป.ป.). *แผนที่หาดสงขลา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2560 จาก <http://www.sawadee.co.th/thai/songkhla/map.html>
- Taro Yamane. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (3 ed.). New York: Harper and Row.
- William G Zikmund, Barry J Babin, Jon C Carr, และ Mitch Griffin. (2016). *Business Research Methods*. Cengage Learning.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
สถานที่ที่น่าสนใจในจังหวัดสงขลา

สถานที่ที่น่าสนใจ

อำเภอเมืองสงขลา

บ้านศรีทธา ชาวสงขลาพร้อมกันสร้างขึ้นเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2534 เพื่อมอบให้กับ ฯพณฯ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ องคมนตรีและรัฐบุรุษของไทย ในขณะที่ท่านยังดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น มีที่ตั้งอยู่บนเนินเขาบรรยากาศดีทำให้เห็นทัศนียภาพโดยรอบของสงขลาและเกาะยอ ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 ท่านได้มอบกลับคืนสู่คนสงขลา จากนั้นทางจังหวัดสงขลาได้สร้างห้องสมุดใกล้ๆ กับบ้านศรีทธาโดยเปิดเป็นหอสมุดโดยใช้ชื่อว่า “หอสมุดแห่งชาติกาญจนาภิเษก สงขลา” สำหรับศึกษาค้นคว้าให้กับประชาชนทั่วไป และตั้งอยู่ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 92)

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สงขลา เป็นพิพิธภัณฑที่สร้างภายนอกอาคารด้วยสถาปัตยกรรมจีน มีอายุกว่า 100 ปี ปัจจุบันกรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน ซึ่งมีความสวยงามแห่งหนึ่งของประเทศไทย สถานที่แห่งนี้ได้จัดให้เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ด้านโบราณคดีชาติพันธุ์วิทยา ประวัติศาสตร์ศิลปะจีน ศิลปะพื้นเมือง ผ่านวัตถุโบราณ รวมถึงโบราณวัตถุก่อนสมัยประวัติศาสตร์จากบ้านเชียงและกาญจนบุรี ทั้งยังมีโบราณวัตถุเกี่ยวกับตระกูล ณ สงขลา อีกด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่ตรงข้ามกำแพงเมืองเก่าจังหวัดสงขลา (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 310)

วัดมณีมาวาส สร้างขึ้นในตอนปลายอยุธยา ชื่อที่เรียกกันแต่เดิมว่าวัดยายศรีจันทร์เป็นวัดใหญ่ที่มีความสำคัญสุดของจังหวัดสงขลา มีอายุประมาณ 400 ปี ภายในวัดมีอุโบสถที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 ฝาผนังเขียนด้วยสีฝุ่นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว เช่น พุทธประวัติ ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทยและชาวจีนในภาคใต้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑภัทศิลป์ ซึ่งเป็นที่เก็บพระพุทธรูป วัตถุโบราณที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และยังมีพระประธานลักษณะการทำมาจากหินอ่อนโดยการปั้นมาจากช่างคนไทยและส่งไปแกะสลักที่ประเทศจีน ตั้งอยู่ที่ถนนไทรบุรี ตำบลบ่อยาง (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, 2559)

เจดีย์พระบรมธาตุวัดชัยมงคล เป็นวัดที่เก่าแก่ ภายในวัดมีเจดีย์ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ศักดิ์สิทธิ์โดยนำมาจากศรีลังกาในปี พ.ศ. 2435 คนในจังหวัดสงขลาและจังหวัด

ใกล้เคียงต่างให้ความเคารพบูชาอย่างซำนาน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 92)

สวนเสรี เป็นสวนที่ตกแต่งด้วยไม้ตัดให้เป็นรูปทรงต่างๆ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาถ่ายรูปได้ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหลมสมิหลา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 92)

สวนสองทะเล เป็นจุดชมวิวทั้ง 2 ทะเล คือทะเลสาบและทะเลอ่าวไทย ซึ่งดัดแปลงมาจากสวนต้นสนให้กลายเป็นสวนสาธารณะ สิ่งที่น่าสนใจสวนสองทะเลคือ ส่วนหัวของพญานาคที่พ่นน้ำออกไปทางทะเลซึ่งเป็นจุดขายในการมาท่องเที่ยวที่แห่งนี้ สามารถถ่ายรูปและนั่งชมทะเลสาบได้ตลอดทั้งวัน ภายในมีศูนย์กีฬาทางน้ำ ศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นบ้านและลานสำหรับทำกิจกรรมที่ไว้คอยบริการให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ทำเลที่ตั้งอยู่ที่สุดปลายแหลมสนอ่อน (กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

สวนสัตว์สงขลา เป็นสวนสัตว์แห่งแรกของภาคใต้ ที่โอบล้อมไปด้วยทะเลสาบและขุนเขา เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2541 ภายในสวนสัตว์มีการจัดแสดงโชว์ของสัตว์หลายชนิด เช่น สัตว์ปีก สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม เป็นต้น สวนน้ำขนาดใหญ่ภายในสวนสัตว์ และยังมีจุดชมวิวที่มองเห็นถึงทัศนียภาพของจังหวัดสงขลาอีกด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่ที่ ถนนสงขลา-นาทวี ตำบลเขารูปช้าง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 90)

สะพานติณสูลานนท์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา หรือที่เรียกขานกันว่า “สะพานป่าเปรม” เนื่องจากก่อสร้างขึ้นในยุคสมัย ๑พณฯพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี มีลักษณะของสะพานเชื่อมต่อเกาะยอทั้งสองด้านเป็นคอนกรีตยาวที่สุดในประเทศไทยถึง 2,640 เมตร มีการเปิดใช้สะพานตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2527 วัตถุประสงค์ของการสร้างสะพานคือ เพื่อความสะดวกสบายในการรองรับการเดินทางด้วยรถยนต์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามผ่านสะพานจะเห็นน้ำทะเลซึ่งเป็นวิวที่มีความสวยงามมาก (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 312)

พิพิธภัณฑ์พหามรงค์ (พะฮามะรง) แต่เดิมเป็นบ้านพักของตระกูลดินสุลต่านนท์ และได้ปรับเปลี่ยนเป็นพิพิธภัณฑ์ในเวลาต่อมา เพื่อให้ประชาชนทั่วไปที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว โดยมีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นบ้านเรือนไทยชั้นเดียวยกสูงจากพื้น ภายในพิพิธภัณฑ์มีเกี่ยวกับประวัติตระกูลดินสุลต่านนท์และข้าวของเครื่องใช้ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสงขลา (กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

ย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาชมสถาปัตยกรรมตึกรามบ้านช่องของสงขลาสมัยโบราณ ย่านเมืองเก่าประกอบด้วยถนนสามสาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ที่สามารถเดินเชื่อมต่อถึงกันได้ นอกจากนี้ยังมีขนมที่หลากหลายทั้งไทยพื้นเมือง จีน ฝรั่งเศส ให้เลือกรับประทาน และเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามา และปัจจุบันยังมีภาพวาดที่สะท้อนวิถีชีวิตของชาวสงขลาให้นักท่องเที่ยวแวะถ่ายรูปอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

เก้าเส้ง เป็นหาดที่มีความสวยงามแห่งหนึ่งทางธรรมชาติและมีโขดหินขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ราวกับว่าจะตกลงไปในทะเล ภายใต้ก้อนหินที่ตั้งอยู่ชาวบ้านเชื่อว่ามิสมบัตินี้และเรียกก้อนหินนั้นว่า ห้วยนางแรง ทำเลที่ตั้งอยู่ทางทิศใต้ห่างของแหลมสมิหลา ประมาณ 3 กิโลเมตร (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 311)

สถาบันทักษิณคดีศึกษา ก่อสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2521 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโบราณสถานที่ได้รับรางวัลคุณภาพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2543 ให้ประชาชนหรือผู้ที่สนใจได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ วัตถุโบราณ วัฒนธรรมภาคใต้อย่างแท้จริง นอกจากนี้บริเวณพิพิธภัณฑ์ยังมีจุดชมวิวที่มองเห็นทะเลสาบสงขลาอีกด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณ ใกล้เชิงสะพานติณสูลานนท์ช่วงที่ 2 ตำบลเกาะยอ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

อุทยานนกน้ำคูขุด ส่วนหนึ่งของทะเลสาบสงขลา ได้มีการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา การท่องเที่ยวของอุทยานจะให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามานั่งเรือชมนกกระหวางชั้นวาคมถึงมีนาคมของทุกปี นอกจากนี้อุทยานนกน้ำคูขุดยังมีจุดที่สามารถชมวิวพระอาทิตย์ตกที่สวยงามได้อีกจุดหนึ่งของประเทศไทย ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองสงขลา 55 กิโลเมตร (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 311)

เขาดังกวน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่บนเนินเขาสูงเมื่อวัดจากยอดเขาจะความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 2,000 ฟุต บนเขาจะมีจุดชมวิวให้นักท่องเที่ยวสามารถชมบรรยากาศเมืองสงขลา นอกจากนี้เขาดังกวนยังเป็นที่ประดิษฐานเจดีย์พระธาตุของเมืองสงขลา เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านมาสักการบูชา ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปีจะมีการตัดกบตรเทโว พิธีห่มผ้าองค์พระธาตุเจดีย์ และประเพณีลากพระของจังหวัดสงขลา การเดินทางขึ้นสู่ยอดเขาจะมีวิธีอยู่สองทาง คือ เดินขึ้นบันไดและลิฟต์ ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมืองใกล้กับหาดสมิหลา การเดินทางไปเขาดังกวนสามารถนั่งรถตุ๊กตุ๊ก มอไซค์รับจ้าง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

ศาลหลักเมืองสงขลา สร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ มีลักษณะเป็นศาลเจ้าแบบจีน ภายในเป็นที่ประดิษฐานหลักเมือง เป็นสถานที่เคารพของคนจังหวัดสงขลา มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสักการบูชา ตั้งอยู่ที่ถนนนางงาม ภายในบริเวณศาลหลักเมืองมีร้านก๋วยเตี๋ยวใต้โรงงิ้วที่ขึ้นชื่อนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะต้องเข้ามาแวะรับประทาน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 94)

พระตำหนักเขาน้อย สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ประทับของกรมหลวงลพบุรีราเมศวร์ อีกทั้งใช้เป็นที่ประทับเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงมาเยี่ยมราษฎรในภาคใต้. ในสมัยก่อน เป็นสถาปัตยกรรมสวยงามที่มีความโดดเด่นได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่น ปี พ.ศ. 2525 แต่ปัจจุบันเป็นที่พักของผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, 2559)

แหลมสนอ่อน เป็นจุดชมทะเลสาบสงขลาที่สวยงาม ริมฝั่งทะเลสาบจะมีต้นสนอ่อนรายล้อมเป็นจุดหมายปลายทางแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มีพักผ่อนหย่อนใจ และปลายแหลมยังมีอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรประดิษฐานอยู่ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาบริเวณนี้สักการบูชา ท่าเลที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของแหลมสมิหลา (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, 2559)

แหลมสมิหลา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดัง และยังมีรูปปั้นนางเงือกตั้งอยู่บริเวณนั้น หากใครมาเที่ยวจังหวัดสงขลาต้องไม่พลาดที่จะเดินทางมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกับนางเงือก หากทราชม์ลักษณะเป็นทรายที่ขาวละเอียด หรือมีชื่อที่เรียกกันว่า หาดทรายแก้ว เมื่อมองออกไปกลางทะเลสาบจะเห็นเกาะหนูเกาะแมวที่มีตำนานเล่าขานกันมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยัง

มีกิจกรรมทางน้ำให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก เช่น บานาน่าโบ๊ต เจ็ตสกี และเรือใบ ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างจากตลาดสดในตัวเมืองประมาณ 2.5 กิโลเมตร (วิชัย เทียนน้อย, 2540 น. 310)

เกาะยอ เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา มีที่ราบติดเชิงเขาทะเล คนในชุมชนเข้มแข็งและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการรวมกลุ่มกันผลิตผ้าทอเกาะยอเป็นสินค้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเลือกซื้อ ภายในเกาะยอยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม เช่น ล่องเรือชมแหล่งเพาะเลี้ยงปลากะพง เป็นแหล่งให้ความรู้การทำสวนผลไม้สมรม (การปลูกผลไม้หลากหลายชนิดในสวนเดียวกัน) เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภอเมืองสงขลา (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, 2559)

อำเภอกระแสดินธุ์

วัดเอกเชิงแส เป็นวัดโบราณที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 2100 ซึ่งมีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ยาวนาน ภายในวัดมีปูชนียวัตถุที่สำคัญ คือ หลวงพ่อเดิมที่ประดิษฐานอยู่และยังมีรอยพุทธบาทจำลองที่ทำจากไม้แกะสลัก ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะเข้ามากราบไหว้บูชา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 97)

บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ ตั้งอยู่ในวัดแหลมบ่อท่อ สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา ผู้สร้างบ่อน้ำแห่งนี้เป็นการวางสที่เดินทางมาจากประเทศอินเดียมีนามว่า พระสินธุ نارาย และขุนวิชัยพรหมสานส์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมากราบไหว้บูชา ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 4 ตำบลเกาะใหญ่ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 97)

อำเภอบางกล่ำ

วัดคงคาเลียบ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์แห่งหนึ่งที่ชาวไทยพุทธและชาวต่างชาติให้ความเคารพนับถือ เมื่อเดินทางผ่านมาจะเข้ามากราบไหว้เพื่อเป็นสิริมงคลให้กับตนเอง ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

อำเภอรัตภูมิ

น้ำตกโตนปลิว เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามทางธรรมชาติ สูงประมาณ 50 เมตร บริเวณภายในน้ำตกมีบรรยากาศที่ร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

วนอุทยานน้ำตกบริพัตร เป็นน้ำตกขนาดเล็กอยู่ท่ามกลางธรรมชาติอันเขียวชอุ่ม นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาสามารถเล่นน้ำได้ ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 52 กิโลเมตร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

อำเภอหาดใหญ่

ตลาดน้ำคลองแห มีการริเริ่มสร้างขึ้นมาจากแนวคิดของอดีตผู้ใหญ่บ้าน เป็นตลาดน้ำแห่งแรกของจังหวัดสงขลา สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของภาคใต้โดยเฉพาะคนในจังหวัดสงขลา แต่ต่อมาจังหวัดใกล้เคียงเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวรวมไปถึงชาวมาเลเซียซึ่งอยู่ไม่ไกล เวลาที่เปิดคือวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และช่วงเทศกาลที่สำคัญอย่างเช่น วันสงกรานต์ เพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาในช่วงนั้น ภายในตลาดน้ำคลองแหจะมีพ่อค้าแม่ค้าทั้งชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมขายของทั้งทางน้ำและทางบก มีอาหารให้เลือกทานอย่างหลากหลายภาชนะที่ใส่อาหารจะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น กะลา กระจับปี่ ไม้ไผ่ หม้อปั้นดินเผา เป็นต้น การคมนาคมเดินทางสะดวก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านมา บริเวณสวนมีดอกไม้ตกแต่งอย่างสวยงาม นอกจากนี้ยังมีศาลากลางน้ำเป็นที่ให้อาหารปลา และปั่นจักรยานทางน้ำ นอกจากนี้เมื่อเดินทางขึ้นไปข้างบนสวนก็จะมีพระพุทธรูป พระพิฆเนศ เจ้าแม่กวนอิม ให้นักท่องเที่ยวมาสักการะบูชา ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองหาดใหญ่ 6 กิโลเมตร (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, 2559)

ตลาดกิมหยง ตลาดที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่ช้อปปิ้งของบรรดาเหล่านักท่องเที่ยว เพราะสินค้าที่นี่มีราคาถูก ก่อนเดินทางกลับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาแวะเพื่อซื้อของฝากกลับบ้าน ไม่ว่าจะเป็นพวกขนม ผลไม้ และของใช้ต่างๆ เป็นตลาดที่อยู่คู่กับเมืองหาดใหญ่มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 313)

น้ำตกโตนงาช้าง เป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงของภาคใต้แห่งหนึ่งมาตั้งแต่อดีต ซึ่งตั้งอยู่บริเวณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนงาช้างมีการจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาชมน้ำตกและศึกษาธรรมชาติ น้ำตกโตนงาช้างมีทั้งหมด 7 ชั้น ประกอบด้วย 1. โตนบ้ำ 2. โตนปลิว 3. โตนงาช้าง 4. โตนดำ 5. โตนน้ำปล่อย 6. โตนถ้ำค้อยบ่อ 7. โตนเหม็ดชุน ชั้นที่มีชื่อเสียงที่สุดคือชั้นที่ 3 โตนงาช้าง จุดเด่นของชั้นนี้เมื่อขึ้นไปสัมผัสจะเห็น

ถึงน้ำตกไทรโยคแยกออกเป็นสองทางมีลักษณะคล้ายกับงาช้างนั่นเอง การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมีระยะทางโดยเริ่มจากตัวเมืองหาดใหญ่ประมาณ 26 กิโลเมตร (วิชัย เทียนน้อย, 2540, น. 312)

ปางช้างเผือกหาดใหญ่ หากพูดถึงปางช้าง คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงในจังหวัดทางภาคเหนือของไทย ซึ่งนับว่าปางช้างเผือกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยว ภายในสถานที่ปางช้างเผือกหาดใหญ่จะมีการแสดงโชว์ช้าง อีกทั้งยังสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแสดงโชว์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการแสดงมายากลและกิจกรรมให้ทำอย่างหลากหลาย เช่น การนั่งบนหลังช้างเพื่อชมธรรมชาติ ขับรถATV ยิงปืนยิงธนู นอกจากนี้หากเมื่อเช้าจากการท่องเที่ยวแล้วยังมีบริการสปาแนวคาวาทำให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย บริเวณที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองหาดใหญ่มากนัก (ถนนเส้นไปทางสงขลาสายเก่า) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

พระมหาธาตุเจดีย์ไตรภพ ไตรมงคล สร้างขึ้นเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลให้กับรัชกาลที่ 9 ฉลองราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นเจดีย์ที่สร้างด้วยสเตนเลสแห่งแรกของโลกมีการผสมผสานการสร้างด้วยงานพุทธศิลป์ งานสถาปัตยกรรม และงานวิศวกรรม ได้อย่างลงตัว ทำให้มีความงดงามและแปลกใหม่ นอกจากนี้ยังประกอบไปด้วยประตูแต่ละบานที่สื่อถึงวันเกิดของแต่ วันอีกด้วย ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่บนยอดเขาคอหงส์ ถนนปทุมณกัณฑ์ ต.คอหงส์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

วัดมหัตถมงคลาราม หรือ วัดหาดใหญ่ใน เป็นวัดที่สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2499 ภายในวัดมีปูชนียวัตถุที่สำคัญ คือ พระพุทธไสยาสน์ ที่อันเชิญมาประดิษฐานอยู่ ณ วัดหาดใหญ่ใน ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ทรงพระนามว่าพระพุทธมหัตถมงคล มีลักษณะเป็นพระนอนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสามของโลก ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาต่างเข้ามาสักการบูชา ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวอำเภอเมืองหาดใหญ่มากนัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

พิพิธภัณฑ์สถานธรรมชาติวิทยา 50 พรรษา สยามบรมราชกุมารี เป็นพิพิธภัณฑ์สถานธรรมชาติวิทยา ภายในพิพิธภัณฑ์จะประกอบด้วยสองส่วน คือ ส่วนแรกจะเป็นในส่วนของการจัดนิทรรศการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับพืชพรรณและพันธุ์สัตว์ต่างๆ ทั่วไป และส่วนที่สองจะเป็นส่วนที่ให้นักศึกษา นักวิจัยทั้งในและต่างประเทศใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการทำวิจัย

เพื่อนำไปสู่การผลิตงานวิจัยต่อไป ทำเลที่ตั้งอยู่ที่ตึกไดโนเสาร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

อำเภอสะเตา

วัดถ้ำเขารูปช้าง เป็นวัดจีนที่มีสถาปัตยกรรมโดดเด่นแห่งหนึ่งของภาคใต้ สร้างอยู่บนเชิงเขาภายในวัดยังมีถ้ำธารเล็กๆไหลผ่านตามหลักสวงจู้ยของจีน นอกจากนี้ภายในวัดยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำอย่างหลากหลาย เช่น สักการะพระพุทธรูปปางต่างๆรวมถึงเจ้าแม่กวนอิมที่อยู่ในถ้ำ ชมหินงอกหินย้อยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 6 ตำบลปาดังเบซาร์ ห่างจากตลาดปาดังเบซาร์ประมาณ 13 กิโลเมตร (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 101)

อำเภอสทิงพระ

วัดจะตึงพระ หรือวัดสทิงพระ ก่อสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1542 ภายในวัดมีโบราณสถานที่เป็นศิลปะสมัยศรีวิชัยนำชม ได้แก่ เจดีย์พระมหาธาตุ จิตรกรรมฝาผนังในวิหารได้อธิบายถึงพุทธประวัติที่มีอายุกว่า 100 ปี โดยช่างฝีมือท้องถิ่นในสมัยนั้น ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ว่าการอำเภอสทิงพระ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

วัดพระโคะ หรือวัดราชประดิษฐฐาน สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2057 เป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีทางศาสนาแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา เนื่องจากมีตำนานเล่าขานของหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดมาช้านาน ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาต่างให้ความเคารพนับถือเป็นจำนวนมาก ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 6 ตำบลชุมพร (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2559)

อุทยานนกน้ำคูขุด เป็นพื้นที่เขตสงวนห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบชมธรรมชาติและสัตว์ป่าที่หายาก ทำเลที่ตั้งห่างจากที่ว่าการอำเภอสทิงพระประมาณ 3 กิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2559)

อำเภอระโนด

สะพานเฉลิมพระเกียรติ สะพานที่มีความยาวที่สุดของประเทศไทยแห่งหนึ่งถึง 5,450 กิโลเมตร เป็นสะพานที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง บริเวณสะพานมีจุด

พักรถเพื่อให้นักท่องเที่ยวชมวิวและถ่ายภาพ เพราะสะพานแห่งนี้สร้างขึ้นตามแนวระหว่างทะเลน้อยกับทะเลสาบสงขลาทำให้มีความสวยงามเป็นอย่างมาก (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 99)

ตลาดน้ำคลองแดน เป็นตลาดน้ำแห่งที่ 2 ของจังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรม โดยมีการพัฒนาจัดการมาจากคนในชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีการจัดลักษณะองค์ประกอบของตลาดน้ำโดยเน้นธรรมชาติเป็นหลัก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามา นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม เช่น ล่องเรือชมธรรมชาติรอบๆ เกาะ การร่วมพิธีกรรมต่างๆของคนในชุมชน เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านคลองแดน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 99)

อำเภอสิงหนคร

บ้านลุงหนังฉิ้น อรมุต สร้างขึ้นในปี 2532 เป็นแหล่งเรียนรู้ศิลปะการแสดงหนังตะลุงที่แรกของภาคใต้หนังฉิ้นมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วภาคใต้และประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถเข้ามาเรียนรู้ศิลปะตั้งแต่แรกจนถึงสามารถนำไปแสดงได้ และในปี พ.ศ. 2517 มีโอกาสไปแสดงที่พระตำหนักทักษิณราชินีเวสให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชการที่ 9 และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น. ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 3 ตำบลสทิงหม้อ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546-2560)

อุทยานธรรมเจดีย์วัดป่าขวาง เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านและนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ เนื่องจากบริเวณวัดมีพื้นที่ร่มรื่นให้สามารถปฏิบัติธรรมและพักผ่อนหย่อนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แห่งนี้ ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 5 ตำบลราแดง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 103)

หาดม่วงงาม เป็นหาดทรายที่มีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตร มีน้ำทะเลที่ค่อนข้างใส บริเวณหาดมีธรรมชาติที่ยังเขียวชอุ่ม เนื่องจากยังไม่ค่อยมีความเจริญจากภายนอกเข้ามามากนักเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสงบ พักผ่อนหย่อนใจ เขตท่าเลที่ตั้งอยู่ที่ตำบลม่วงงาม (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 103)

หาดทรายแก้ว หรือหาดแก้วจุลดิศ มีความโดดเด่นของหาดทรายยามพระอาทิตย์ตกดินจะมีแสงส่องทอประกายกระทบกับหาดมีความสวยงามมาก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาถ่ายภาพและชมความงามของหาดในช่วงเวลานั้นได้ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลชิงโค (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 103)

อำเภอคลองหอยโข่ง

น้ำตกผาดำ อยู่ในบริเวณป่าเขาแก้วที่มีความเป็นป่าดิบชื้น เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแหล่งป่าต้นน้ำของจังหวัดสงขลา ปัจจุบันได้มีการพัฒนาพื้นที่บริเวณน้ำตกให้สามารถเดินทางเข้ามาสะดวกมากขึ้น และให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 6 ตำบลคลองหอยโข่ง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 103)

อำเภอจะนะ

วัดขวิด เป็นวัดที่สร้างขึ้นมาจากขวิดแก้วที่หลากหลายซึ่งมาจากเหล่าบรรดาประชาชนที่บริจาคให้กับวัด มีต้นแบบมาจากวัดล้านขวิดในจังหวัดศรีสะเกษ ผู้ก่อตั้ง คือหลวงพ่อคำใสที่ได้เดินทางผ่านมาธุดงค์และจำพรรษาอยู่ที่นี้ สร้างขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 อีกทั้งยังเป็นวัดที่สะท้อนให้เห็นถึงความพุ่มเฟือยที่หมดไปกับสุรามินเมาที่ไม่มีประโยชน์ เพื่อให้เป็นคติแก่เยาวชนรุ่นใหม่ต่อไป ทำเลที่ตั้งอยู่ที่ตำบลตำบลบ้านแค ห่างจากอำเภอหาดใหญ่ 50 กิโลเมตร (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 101)

อำเภอนาทวี

อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง เป็นพื้นที่อุทยานครอบคลุมอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีการเล่าขานกันว่าบริเวณภายในอุทยานแห่งชาติจะมีอุโมงค์ประวัติศาสตร์ที่ขุดด้วยกำลังคนมีขนาดกว้างใหญ่และยาวสุดในประเทศไทย เป็นที่ตั้งรกรากของจีนคอมมิวนิสต์ในยุคสมัยนั้นเพื่อหลบภัย และเป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีสัตว์ป่าและนกนานาชนิด นอกจากนี้ยังเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินป่าขึ้นไปบนยอดเขาจะเห็นน้ำค้างประปรายบนยอดหญ้า จึงเป็นที่มาของชื่อ “เขาน้ำค้าง” นั้นเอง เปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น. การเดินทางมีสองเส้นทาง คือ เส้นทางแรกจากอำเภอเมืองสงขลาไปตามถนนสายสงขลานครินทร์ถึงอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง มีระยะทางประมาณ 86 กิโลเมตร และเส้นทางที่สองจากอำเภอหาดใหญ่ไปทางถนนหาดใหญ่สะเดาถึงอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้างมีระยะทางประมาณ 84 กิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2559)

อำเภอเทพา

หาดสะกอม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีหาดทรายยาวจากเหนือจรดใต้ ทรายขาวละเอียดสวยงาม บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจะเห็นถึงวิถีชีวิตชาวบ้านที่อยู่กันอย่างอบอุ่น ท่าเลที่ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองสงขลาประมาณ 53 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางสงขลา-จะนะ-เทพา มีถนนลูกรังเข้าไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2559)

หมู่บ้านทำกรงนก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งที่ตั้งให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านดั้งเดิม มีสินค้าจำหน่ายเป็นของที่ระลึกโดยทำจากกรงนก เช่น กรงนก โคมไฟได้มีการคิดประดิษฐ์ขึ้นมาให้มีความหลากหลายโดยใช้กรงนกเป็นส่วนประกอบ ก่อตั้งขึ้นมาจากกลุ่มแม่บ้านในปี พ.ศ. 2539 เนื่องจากชาวบ้านในสมัยนั้นนิยมเลี้ยงนก บ้างก็นำมาแขวนไว้ประดับบ้านเพื่อความสวยงาม ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่บ้านสะกอม ตำบลสะกอม, ตำบลบ้านนา, ตำบลป่าชิง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 99)

อำเภอสะบ้าย้อย

บ่อน้ำร้อน มีประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวเข้ามาอาบน้ำร้อนที่นี่ เพราะมีความเชื่อว่าสามารถรักษาโรคได้หลากหลายชนิด ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวกอยู่ห่างจากวัดถ้ำตลอดประมาณ 2.5 กิโลเมตร (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 99)

วัดถ้ำตลอด สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2219 เป็นอุโมงค์ที่มีขนาดใหญ่มากสามารถเดินทางทะลุไปยังอีกฝากหนึ่งของภูเขาได้ บริเวณถ้ำมีความสวยงาม มีพระพุทธรูปที่สร้างจากไม้ โบกปูนกว่าหลายร้อยปี และมีบรรยากาศที่ร่มรื่นเหมาะแก่การเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำตลอด หมู่ 6 ตำบลเขาแดง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 99)

ถ้ำครก เป็นถ้ำที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติกลางป่าเขาที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานแห่งหนึ่งที่มีอายุเก่าแก่ บริเวณภายในถ้ำมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่เป็นจำนวนมาก ท่าเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลคูหา ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 14 กิโลเมตร (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 100)

ถ้ำรุกนถัก มีความยาวของถ้ำประมาณ 300 เมตร เป็นถ้ำที่มีลำธารไหลผ่านตรงกลาง มีความสวยงามของหินงอกหินย้อย ถ้ำแห่งนี้มีความอุดมไปด้วยแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะแก่นักท่องเที่ยวที่ชอบปีนเขา เนื่องจากการเดินทางจะต้องมีความลาดชันเล็กน้อย (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 100)

อุทยานแห่งชาติสันกาลาคีรี แหล่งกำเนิดแม่น้ำเทพา เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเชิงอนุรักษ์ มีร่องรอยทางประวัติศาสตร์ชื้อหุย สัตว์ป่าที่หายาก ไม้เขตร้อนชื้นที่หาเจอได้ยาก เหมาะแก่นักท่องเที่ยวที่ชอบศึกษาธรรมชาติเป็นอย่างมาก ทำเลที่ตั้งอยู่หมู่ 2 ตำบลบาโหย (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 100)

อำเภอนาหม่อม

วัดป่ากอสุวรรณาราม เป็นศูนย์กลางของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้กับชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา โดยเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์จะมีเป็นจำนวนมาก ภายในวัดมีอุโบสถที่สวยงาม อีกทั้งยังมีเจ้าแม่กวนอิมให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสักการะบูชาอีกด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 4 ตำบลนาหม่อม (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 101)

อำเภอกวนเนียง

วัดคงคาดี หรือวัดปากบาง เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวพุทธที่เคารพพหุลวงปู่สงฆ์ให้มากราบไว้บูชาซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย ภายในวัดมีอุโบสถที่เต็มไปด้วยจิตรกรรมวาดบนฝาผนังเล่าเรื่องราวศิลปะพื้นบ้าน ตั้งอยู่ที่หมู่ 3 ตำบลรัตนภูมิ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 101)

หาดปากบางภูมิ เป็นหาดสาธารณะริมทะเลสาบสงขลา หาดนี้มีความสวยงามคล้ายกับหาดลำปำที่ตั้งอยู่ในจังหวัดพัทลุง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาแวะถ่ายรูปและชมความงามของหาดได้ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ 3 ตำบลรัตนภูมิ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2553, น. 101)

ภาคผนวก ข
ตัวแปรอิสระที่พบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ข ตัวแปรอิสระที่พบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	รัชชนก แวแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธิรัตน์โทโชติ (2559)	เลิศพร ภาரசกุล (2558)	ศุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิษา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	ลลิตมา รัตน์พงษ์ (2558)	ดิฐวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์												
เพศ	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
อาชีพ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
สถานภาพ		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	
รายได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ภูมิลำเนา				✓		✓	✓	✓	✓	✓		

ตารางที่ ข (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาระสกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	ลัทธิมารัตนพงษ์ (2558)	ดิฐพวีไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว												
จำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยว			✓	✓	✓			✓		✓		
ระยะเวลาในการมาเที่ยว		✓		✓	✓					✓		
วัตถุประสงค์การมาเที่ยว -ท่องเที่ยว/พักผ่อน -เยี่ยมญาติ/เพื่อน -การศึกษา/ทัศนศึกษา -ติดต่อธุรกิจ		✓	✓	✓	✓					✓	✓	
-ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา		✓	✓	✓	✓					✓	✓	

ตารางที่ ข (ต่อ)

	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธิรัตน์โทษิต (2559)	เลิศพร ภาரசกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิษา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	ลิตติมา รัตนะพงษ์ (2558)	ดิฐวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
ผู้ร่วมเดินทาง		✓		✓						✓	✓	
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว		✓	✓		✓			✓		✓		
กิจกรรมในการมาท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓				✓		✓		
ช่วงเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยว		✓			✓							
รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้	✓	✓	✓	✓				✓		✓		

ตารางที่ ข (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุซาทิ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาระสกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	รัฐิมา รัตนพงษ์ (2558)	ดิฐพิวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
3. ความพึงพอใจ												
ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว -ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว -ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว -ความหลากหลายของกิจกรรม -สาธารณูปโภคพื้นฐาน		✓	✓		✓	✓			✓	✓		

ตารางที่ ข (ต่อ)

	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุซาดิ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาரசกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพิทย์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	รัฐิมา รัตนพงษ์ (2558)	ดิฐวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
<p>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่พักแรม - โทรศัพท์สาธารณะและสัญญาณอินเทอร์เน็ต/ไฟฟ้า - ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ - ข้อมูลการท่องเที่ยว 		✓					✓		✓	✓	✓	

ตารางที่ ข (ต่อ)

	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาระสกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	รัฐิมา รัตนพงษ์ (2558)	ดิฐพิวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
<p>ด้านการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีที่นั่งพักผ่อน สะอาดและมีจำนวนเพียงพอ - มีห้องน้ำสาธารณะ สะดวก สะอาดและเพียงพอ - มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพียงพอและใช้งานได้ดี - คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ - บริษัทนำเที่ยว 			✓		✓	✓	✓		✓	✓		

ตารางที่ ข (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	รัชชนก แวแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธิรัตน์โทโชติ (2559)	เลิศพร ภาரசกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิณฑ์ (2557)	ศศิษา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	ลลิตมา รัตน์พงษ์ (2558)	ดิฐวิไลซ์ อ่อนชัย (2557)	Oppermann (2012)
<p>ด้านการคมนาคม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย - มีการบริการรถโดยสารประจำทาง - มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ <p>ชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ถนนหนทางสะดวก 			✓		✓	✓						

ตารางที่ ข (ต่อ)

	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerdes (2016)	ชัยชนก แวงแก้ว (2557)	ฉัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุซาดิ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาระสกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพีพิชญ์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	รัฐิมา รัตนพงษ์ (2558)	ดิฐพิวิไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
<p>ด้านความปลอดภัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย - มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม และปลอดภัย - การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย - เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 			✓		✓		✓		✓	✓		

ตารางที่ ข (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยของ											
	Fayed, Wafik, & Gerges (2016)	รัชชนก แวงแก้ว (2557)	ณัฐพล เนียมแก้ว (2560)	จารุวรรณ อุชาติ (2554)	ชนกฤต สุทธินนท์โชติ (2559)	เลิศพร ภาระสกุล (2558)	สุจิตราภรณ์ จุสปาโต (2556)	อริสรา ระพิทย์พันธ์ (2557)	ศศิยา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2553)	วิฑูริมา รัตนพงษ์ (2558)	ดิฐพวีไลซ์ อ่อนยิ้ม (2557)	Oppermann (2012)
4. การกลับมาเที่ยวซ้ำ												
ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ - ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างแน่นอนในอนาคต - ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว - เดินทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย - ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว		✓				✓		✓	✓	✓	✓	✓
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น - ชวนคนรู้จักมาเที่ยว - เล่าประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้อื่น - พูดถึงแต่ด้านดีของแหล่งท่องเที่ยวให้กับบุคคลอื่น						✓		✓		✓	✓	

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา



แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา**

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการทำสารนิพนธ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทางการศึกษาเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านในการทำแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ และความคิดเห็นของท่านในแบบสอบถามจะถือเป็นความลับ จึงขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือไว้ ณ โอกาสนี้ และเพื่อให้ง่ายต่อการตอบแบบสอบถามและประมวลผลทางผู้วิจัยจึงออกแบบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 5 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้ทำการวิจัย

ทักษญา เปรมชุตีวงศ์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี
 51-60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป
 นักเรียน/นักศึกษา อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท
 40,001 - 50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

7. ภูมิลำเนา

ภาคเหนือ จังหวัด.....
 ภาคกลาง จังหวัด.....
 ภาคใต้ จังหวัด.....
 ภาคตะวันออก จังหวัด.....
 ภาคตะวันตก จังหวัด.....
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำ
ในจังหวัดสงขลา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลากี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)

2 ครั้ง

3 ครั้ง

4 ครั้ง

5 ครั้งขึ้นไป

2. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวของท่านในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง

ไปเช้า-เย็นกลับ

พัก 1 คืน

พัก 2-3 คืน

พัก 4-5 คืน

พัก 5 คืนขึ้นไป

3. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาของท่าน

ท่องเที่ยว/พักผ่อน

เยี่ยมญาติ/เพื่อน

การศึกษา/ทัศนศึกษา

ติดต่อธุรกิจ

ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา

อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาครั้งนี้ท่านมากับบุคคลใดบ้าง

คนเดียว

เพื่อน

ครอบครัว/ญาติ

กลุ่มทัวร์

อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ค่าใช้จ่ายของท่านสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในครั้งนี้

ไม่เสียค่าใช้จ่าย

ไม่เกิน 1,000 บาท

1,001- 2,000 บาท

2,001 - 3,000 บาท

3,001- 4,000 บาท

4,001 บาทขึ้นไป

6. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านเดินทางมาครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตลาดน้ำคลองแห

สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่

แหลมสมิหลา

ย่านเมืองเก่า

7. แหล่งท่องเที่ยวใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดจากข้อที่ 6 โปรดระบุ.....

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11. มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพียงพอและใช้งานได้ดี เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ไฟฟ้า					
ด้านการบริการ					
12. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ สามารถแนะนำข้อมูลได้เป็นอย่างดี					
13. มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
14. มีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ อย่างเพียงพอ					
15. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้					
16. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวยิ้มแย้มแจ่มใส และเต็มใจให้บริการ					
ด้านการคมนาคม					
17. การเดินทางสะดวกสบาย					
18. มีบริการรถสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถรับจ้าง อย่างเพียงพอ					
19. ราคาค่าโดยสารของรถสาธารณะมีความเหมาะสม					
20. มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสงขลา อย่างเหมาะสมและชัดเจน					
ด้านความปลอดภัย					
21. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
22. สถานที่จอดรถมีความปลอดภัย					
23. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
24. เจ้าหน้าที่มีความเข้มงวดในด้านการรักษาความปลอดภัย					

ส่วนที่ 4 : แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ					
1. ท่านมีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำอย่าง แน่นอนในอนาคต					
2. ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ทำให้ท่านอยากกลับมาเที่ยวอีก					
3. แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีการเดินทางที่ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ท่านอยากกลับมา เที่ยวซ้ำอีก					
4. ถ้าแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมา ท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จะสูงขึ้น ในอนาคต ท่านก็จะยังกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีก					

แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการแนะนำต่อบุคคลอื่น					
5. ท่านจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มา ท่องเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน					
6. ท่านจะเล่าประสบการณ์ที่ดีต่อกรมา ท่องเที่ยวที่นี่ให้กับบุคคลอื่น					
7. ท่านจะพูดถึงแต่ด้านดีของแหล่งท่องเที่ยว ที่นี่ให้กับบุคคลอื่น					
8. ท่านจะแสดงความคิดเห็นโต้แย้งทันทีเมื่อ บุคคลอื่นวิจารณ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นี่ไม่ดี					

ส่วนที่ 5 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล

นางสาวทักขญา เปรมชุตีวัต

รหัสประจำตัวนักศึกษา

5910521034

วุฒิ

ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาชุมชนศึกษา

ชื่อสถาบัน

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขตหาดใหญ่

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2554

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

พ.ศ. 2556-2559

ตำแหน่ง

สถานที่

ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านการดูแลลูกค้าและควบคุมภายใน
ธนาคารกสิกรไทย สาขาเทศบาลโก๋ โลตัส สงขลา