

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง
อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
Thai Tourist Behavior toward Visiting the Red Water Lily Lake Tourist
Destination, Kumpawapee District, UdonThani

สามารถ บิณฑน์*¹ และกฤษฎา ณ ทนงค์²
¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
²สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จำนวน 1,000 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ และสถิติทดสอบไคสแควร์ ผลจากการวิจัย พบว่า ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกพักค้างแรมส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมจะเลือกสถานที่พักแรม คือ บ้านญาติหรือเพื่อนเนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่าย และเลือกสถานที่พักแรมที่อยู่ในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคลมีผู้ร่วมท่องเที่ยวคือเพื่อนจำนวน 2 - 3 คน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วันมีการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาทต่อคน โดยค่าพาหนะเดินทางเป็นค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงจากอินเทอร์เน็ต และกำหนดช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการพักแรม สถานที่พักแรม ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายสำหรับการ

* ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
e-mail: Samart__mbe@yahoo.com

การท่องเที่ยวและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ทะเลบัวแดง นักท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this research were to study tourism behaviors and to investigate the relationships between Thai tourists' demographic characteristics and behaviors and their visits to the Red Water Lily Lake.

Sample of this study was 1,000 Thai tourists who spent their visits at the Red Water Lily Lake recruited using accidental random sampling method. The data collection instrument was a questionnaire. Statistics used for data analysis included percentage, frequency, and Chi-square.

The findings reveal that regarding tourists' behaviors, the majority of tourists visited the Red Water Lily Lake for their leisure and to have a break from their regular daily environments, planned their own travels, and did not stay overnight. For tourists who stayed overnight, they would stay with their relatives or friends because they didn't have to pay for accommodation and chose to stay in the city of Udon Thani. The mostly chosen transportation was private cars. The majority of tourists traveled in small groups of two to three people and the duration of visit was one day. The visits were planned previously and the expenses for each visit were within 1,000 Baht per person and the largest amount was spent on transportation. For deciding the visit, most tourists made decision to visit the lake themselves. The channel the tourists received the information about the Red Water Lily lake the most was the internet and the days for the visits were weekends. The results of Chi-square test indicate the relationships were found : between ages and purposes of travel, tourism patterns, and travel companions; between average income and overnight stay, accommodation, transportation, duration of visit, and expense; and between education and travel planning significantly at .01.

Keywords : tourism behavior, tourist destination, red Water Lily Lake, tourist

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโลกการท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักอีกสาขาในระบบการค้าระหว่างประเทศในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากนอกจากนี้ ยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงานการสร้างอาชีพการกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากรวมทั้งเป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติและนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและจัดเป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจในการนำรายได้มาใช้ในการพัฒนาประเทศในปี 2554 พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 7.3 แสนล้านบาท มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึงร้อยละ 23.92 การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มที่ดีนั้น สาเหตุหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) และเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวของไทยมีความหลากหลายตลอดจนรูปแบบแนวโน้มของการท่องเที่ยว ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปได้มีการนำแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนมาใช้ในการท่องเที่ยวและแนวทางหนึ่งที่เป็นที่นิยมคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539 อ้างถึงใน อธิราภรณ์ นกแก้ว, 2555) ซึ่งการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันเนื่องจากการท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจกับพัฒนาการทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงจากการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หนองหานกุมภวาปีเป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ โดยการขึ้นลงของระดับน้ำในหนองน้ำแห่งนี้ขึ้นอยู่กับระดับการปล่อยน้ำของฝายกุมภวาปี ซึ่งตั้งอยู่บนลำน้ำปาว ทั้งนี้หนองหานกุมภวาปี ยังเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำสำคัญระดับนานาชาติตามอนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar convention) เป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญของชุมชนรอบหนองหานและพื้นที่เชื่อมต่ออื่นๆ กว่า 40 ชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ วรวิญญา จีระวิบูลวรรณ (2553) ที่ได้ศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ลุ่มน้ำหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี พบว่า หนองหานกุมภวาปีเป็นแหล่งชุมนุมอพยพของนกที่ผ่านเข้ามาในฤดูหนาวจากจีน ยุโรป และตะวันออกกลาง ที่สำคัญที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยธรรมชาติของหนองหานกุมภวาปี ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมีนาคมของทุกปี ดอกบัวแดงในหนองหานซึ่งมีจำนวนมากจะงอกงามโผล่จากน้ำขึ้นมาโดยเริ่มจากเดือนตุลาคมบัวเริ่มแตกใบและเริ่มออกดอกตูมและบานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยบัวจะออกดอกมีปริมาณมากที่สุดในช่วงเดือนธันวาคม - กุมภาพันธ์ และค่อยๆ ลดปริมาณลงในเดือนมีนาคม ดอกบัวจะบานในช่วงเช้าตรู่จนถึงเวลาประมาณ 11.00 น. นักท่องเที่ยวจะมาชมเห็นดอกบัวแดงบานเต็ม

ท่องนำหนองหานสุดลูกหูลูกตางดงามอย่างหาที่เปรียบไม่ได้จึงเป็นที่มาของคำว่า “ทะเลบัวแดง” ในปัจจุบัน ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งได้รับการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว “Unseen Thailand” ถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันโดยเฉพาะหากพิจารณามิติของการเดินทางท่องเที่ยวไปพร้อมกับมิติการพัฒนาทางสังคมเนื่องจากมีแนวโน้มที่เชื่อได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกันกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวดังนั้นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทิศทางการเคลื่อนไหวของพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี โดยผลจากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นสารสนเทศให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นไปในรูปแบบและทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศอย่างแท้จริง รวมทั้งช่วยปรับเปลี่ยนทัศนคติในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

สมมติฐานการวิจัย

สืบเนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว
2. รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ได้แก่ การพักผ่อน สถานที่พักผ่อน ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว
3. ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ได้แก่ การวางแผนการท่องเที่ยวและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึงการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มี 2 ประการ (สุวิรัตน์สุญ โสภณศิริ, 2554) ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน (Internal Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากภายในตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่อตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.1 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง Hudman (1980) กล่าวว่านักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัย 2 ประการ คือปัจจัยผลักดัน (Push Factor) เป็นสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) เป็นสภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว

1.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะรับรู้ สรุปรูปร่างหรือตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้สัมผัสได้จากการท่องเที่ยวจากทัศนะของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ปัจจัยที่ผลกระทบต่อรับรู้ของนักท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบด้านเทคนิค ความพร้อมด้านจิตใจของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยว สภาพอารมณ์ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

1.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลและประสบการณ์ใหม่ๆ แล้วส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Assael (1992) ได้อธิบายว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมในอนาคต โดยพฤติกรรมในอนาคตจะถูกปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่ได้รับจากอดีต

1.4 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมที่มีความสม่ำเสมอและมั่นคงไม่เปลี่ยนแปลง Plog (2002) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวที่มีบุคลิกภาพต่างกัน มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.5 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวซึ่งวัดได้จากกิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวชอบกระทำ Naylor & Kleiser (2002) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกกิจกรรมในระหว่างท่องเที่ยว เป็นต้น

1.6 ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง แนวคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว Boone & Kurtz (2005) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งนั้น

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

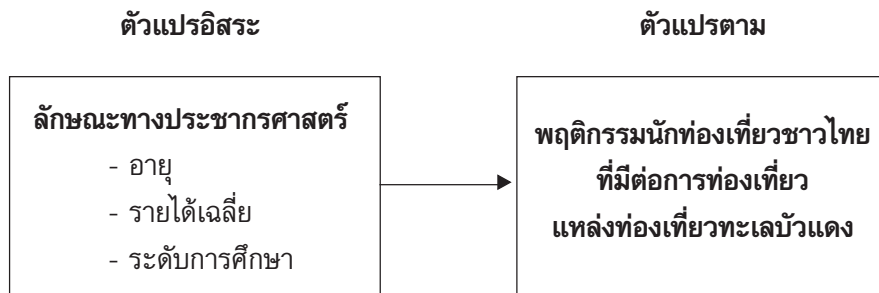
2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference group) หมายถึง กลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว Williams (2002) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 ประการ คือ การให้ข้อมูล การเปรียบเทียบและการกำหนดบรรทัดฐาน

2.2 ครอบครัว (Family) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญมากและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากครอบครัวเป็นสถาบันที่มีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด Assael (1992) กล่าวว่าสมาชิกในครอบครัวแต่ละคนจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับแตกต่างกัน

2.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากคนในชนชั้นเดียวกันมักจะปฏิสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอ และนักท่องเที่ยวมักได้รับอิทธิพลจากคนที่อยู่ในชนชั้นเดียวกัน

2.4 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง แนวทางการดำเนินชีวิตที่สมาชิกของสังคมใดสังคมหนึ่งยอมรับและยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกันซึ่งเป็นตัวกำหนดแนวทางในการแสดงพฤติกรรมของคนในสังคม

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การศึกษา ผู้วิจัยจึงกำหนดขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ระหว่างเดือนธันวาคม 2555 - มีนาคม 2556 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953)

ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 385 คน เพื่อให้การประมาณค่าทางสถิติมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้มีมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ จะทำให้อำนาจการทดสอบ (Power of test) สูงขึ้น (Gravetter & Wallnau, 2007) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 1,000 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental random sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว การพักผ่อน สถานที่พักผ่อน ที่ตั้งสถานที่พักผ่อน อัตราค่าที่พักแรม ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง ผู้ร่วมเดินทางและจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาการท่องเที่ยว การวางแผนและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับท่องเที่ยว ผู้มีส่วนตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและช่วงเวลาในการท่องเที่ยว มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย จำนวน 10 คน ทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในขั้นต้นผู้วิจัยทำการฝึกอบรมผู้ช่วยวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูลและบทบาทของผู้ช่วยวิจัย ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมระหว่างเดือนธันวาคม 2555 - มีนาคม 2556 ซึ่งกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ทำการขออนุญาตจากผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นให้คำอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัยและกระบวนการวิจัยให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนจะตอบคำถาม 2 ส่วน คือ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ซึ่งใช้เวลาในการตอบคำถามประมาณ 5 - 10 นาที หลังจากนั้นผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละและความถี่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสดมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอุดรธานี โดยในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ โดยจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกพักค้างแรมส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมจะเลือกสถานที่พักแรมคือ บ้านญาติหรือเพื่อน เนื่องจากเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายโดยเลือกสถานที่พักแรมอยู่ในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานี ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนบุคคลมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อนมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง จำนวน 2 - 3 คน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ไม่เกิน 1,000 บาท ต่อคน โดยมีค่าใช้จ่ายที่มากที่สุดเป็นค่าพาหนะในการเดินทาง รองลงมาคือ ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และค่าของที่ระลึกและของฝาก ตามลำดับ

สำหรับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวตัดสินใจด้วยตนเอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และกำหนดช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวคือวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ												Chi-Square Test	
	<20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		>50 ปี		χ^2	P		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว														
ติดต่อธุรกิจ	1	0.46	9	2.42	4	2.23	1	0.97	-	-	105.549**	.000		
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	9	4.13	23	6.18	18	10.05	11	10.68	7	6.93				
ซื้อของ/ช้อปปิ้ง	6	2.75	4	1.08	2	1.12	5	4.85	1	0.99				
ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	8	3.67	13	3.49	10	5.59	8	7.77	3	2.97				
ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	84	38.53	70	18.82	10	5.59	10	9.71	14	13.86				
พักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ	106	48.62	240	64.52	129	72.07	64	62.14	70	69.31				
อื่นๆ (missing values=27)	4	1.84	13	3.49	6	3.35	4	3.88	6	5.94				
รวม	218	100	372	100	179	100	103	100	101	100				
รูปแบบการท่องเที่ยว														
ท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์	20	9.35	9	2.43	6	3.39	4	3.96	13	12.87	78.806**	.000		
ท่องเที่ยวกับหน่วยงาน	17	7.94	28	7.55	8	4.52	9	8.91	13	12.87				
จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	143	66.82	322	86.79	153	86.44	85	84.16	72	71.29				
อื่นๆ (missing values=36)	34	15.89	12	3.23	10	5.65	3	2.97	3	2.97				
รวม	214	100	371	100	177	100	101	100	101	100				

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ												Chi-Square Test	
	<20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		>50 ปี		χ^2	P		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว														
เดินทางคนเดียว	1	0.46	3	0.81	6	3.37	3	2.94	1	0.99	125.776**	.000		
เพื่อน	138	63.01	215	58.11	58	32.58	30	29.41	49	48.51				
แฟน/คนรัก	11	5.02	53	14.33	21	11.80	4	3.92	3	2.97				
สามี/ภรรยา	2	0.91	12	3.24	11	6.18	10	9.81	12	11.88				
ครอบครัว (พ่อ/แม่/ลูก)	57	26.03	73	19.73	75	42.14	50	49.02	29	28.72				
อื่นๆ (missing values=30)	10	4.57	14	3.78	7	3.93	5	4.90	7	6.93				
รวม	219	100	370	100	178	100	102	100	101	100				

*P< .01

นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการพักผ่อน สถานที่พักผ่อน ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยในส่วนของ การจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยวพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)												Chi-Square Test	
	<5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		21,0001-30,000		>30,000		χ^2	P		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
การพักผ่อน														
พักผ่อน	48	17.65	45	27.95	53	25.98	53	40.77	79	47.31	52.865**	.000		
ไม่พักผ่อน	224	82.35	116	72.05	151	74.02	77	59.23	88	52.69				
รวม	272	100	161	100	204	100	130	100	167	100				
สถานที่พักผ่อน														
โรงแรม	12	25.00	15	33.33	20	37.74	22	41.51	28	35.44	82.538**	.000		
เกสท์เฮ้าส์	-	-	-	-	1	1.88	1	1.88	4	5.07				
รีสอร์ท	5	10.42	6	13.33	7	13.21	12	22.64	16	20.25				
โฮมสเตย์	8	16.67	4	8.89	7	13.21	5	9.43	5	6.33				
บ้านญาติ/เพื่อน	22	45.83	20	44.45	18	33.96	11	20.76	26	32.91				
อื่นๆ	1	2.08	-	-	-	-	2	3.78	-	-				
รวม	48	100	45	100	53	100	53	100	79	100				
ยานพาหนะในการเดินทาง														
รถยนต์ส่วนบุคคล	177	65.31	135	84.38	177	87.62	104	80.00	128	77.11	99.949**	.000		
รถเช่า	47	17.34	15	9.38	18	8.91	13	10.00	26	15.67				
รถโดยสารประจำทาง	20	7.38	5	3.12	2	0.99	3	2.31	2	1.20				
รถไฟ	-	-	-	-	1	0.50	1	0.77	1	0.60				
เครื่องบิน	1	0.37	2	1.25	1	0.50	7	5.38	9	5.42				
อื่นๆ	26	9.60	3	1.87	3	1.48	2	1.54	-	-				
รวม	271	100	160	100	202	100	130	100	166	100				

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)												Chi-Square Test	
	<5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		21,0001-30,000		>30,000		χ^2	P		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
ระยะเวลาในการเดินทาง														
1 วัน	235	86.72	124	77.99	158	77.45	74	56.92	93	56.03	77.598**	.000		
2 - 3 วัน	28	10.33	33	20.75	41	20.10	49	37.69	67	40.36				
4 - 5 วัน	5	1.84	1	0.63	3	1.47	5	3.85	5	3.01				
มากกว่า 5 วัน	3	1.11	1	0.63	2	0.98	2	1.54	1	0.60				
(missing values=70)														
รวม	271	100	159	100	204	100	130	100	166	100				
ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว														
ไม่เกิน 1,000 บาท	189	70.52	91	56.52	101	49.51	43	33.08	43	25.75	133.333**	.000		
1,001 - 2,000 บาท	38	14.18	36	22.36	51	25.00	28	21.54	45	26.95				
2,001 - 3,000 บาท	20	7.46	16	9.94	26	12.75	18	13.85	26	15.57				
3,001 - 4,000 บาท	5	1.87	4	2.48	13	6.37	11	8.46	14	8.38				
4,001 - 5,000 บาท	4	1.49	3	1.87	8	3.92	11	8.46	12	7.18				
มากกว่า 5,000 บาท	12	4.48	11	6.83	5	2.45	19	14.61	27	16.17				
(missing values=70)														
รวม	268	100	161	100	204	100	130	100	167	100				

* P < .01

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา						Chi-Square Test	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	P
	n	%	n	%	n	%		
การวางแผนการท่องเที่ยว							11.423**	.003
มีการวางแผนล่วงหน้า	249	64.68	346	74.25	107	75.89		
ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า (missing values=8)	136	35.32	120	25.75	34	24.11		
รวม	385	100	466	100	141	100		
การจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว							1.929	.381
มีการจัดสรรเงิน	197	51.98	257	55.51	70	49.65		
ไม่มีการจัดสรรเงิน (missing values=17)	182	48.02	206	44.49	71	50.35		
รวม	379	100	463	100	141	100		

*P < .01

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง สามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวคือ เพื่อเป็นการพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามและยังเป็นพื้นที่ลุ่มน้ำที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถชัย มูลคำ (2551) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนเป็นหลักนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ให้ทัศนะว่าสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือ สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวเอง

2. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ที่ตั้ง เส้นทาง การเดินทางหรือที่พักแรม

ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและบริหารจัดการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 87.4 เป็นผู้จัดการเดินทางเองทั้งหมด

3. ด้านการพักผ่อนพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกพักค้างแรมเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง มีการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการล่องเรือเยี่ยมชมคือ ตั้งแต่ 6.00 - 11.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ดอกบัวแดงบาน ดังนั้นนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับได้ จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องพักค้างแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรม ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคอื่น โดยจะเลือกสถานที่พักแรมเป็นบ้านญาติหรือเพื่อนเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งจะเลือกสถานที่พักแรมที่อยู่ในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานี เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันรวมทั้งมีร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสถานบันเทิงในยามค่ำคืนให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมตามความต้องการของตนเอง สอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่พบว่า กลุ่มผู้เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนร้อยละ 62.2 นิยมที่จะพักแรมที่บ้าน ที่พักของครอบครัว ญาติหรือเพื่อน

4. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนบุคคลเนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางและนักท่องเที่ยวสามารถแวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้ตามต้องการ สอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 60.0 นิยมที่จะเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัวโดยเฉพาะรถยนต์

5. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อนซึ่งมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางจำนวน 2 - 3 คนและใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงเป็นนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่อายุไม่มากนักและยังไม่ได้แต่งงานมีครอบครัว จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะร่วมเดินทางกับเพื่อนในกลุ่มเดียวกันเป็นหลัก นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองอุดรธานี มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย ทำให้สามารถท่องเที่ยวแบบเดินทางไปเช้าเย็นกลับได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ที่ได้สำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ร้อยละ 79.5 โดยเฉพาะกลุ่มคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ยังโสดมีแนวโน้มความถี่ในการเดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยกลุ่มอายุน้อยมีแนวโน้มเดินทางร่วมกับเพื่อนหรือคนรักเป็นหลักนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง (2556) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า มีรูปแบบของการเดินทางนิยมไปกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด

6. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากการวางแผนท่องเที่ยวล่วงหน้าช่วยให้นักท่องเที่ยวประหยัดเงิน ประหยัดเวลาเดินทาง และยัง

อาจช่วยป้องกันเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ เช่นการหาที่พักไม่ได้หรือไปถึงแหล่งท่องเที่ยวล่าช้าเนื่องจากหลงทาง เป็นต้น

7. ด้านค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจำนวนไม่เกิน 1,000 บาทต่อคน โดยค่าใช้จ่ายที่มากที่สุดคือค่าพาหนะเดินทางเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัดในแต่ละวัน (6.00 - 11.00 น.) อีกทั้งนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ จึงทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นจำนวนไม่มากนัก ซึ่งเป็นค่ายานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมากที่สุด เช่น ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าเช่ารถ หรือค่าบริการล่องเรือ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่พบว่าในภาพรวมผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าพาหนะเดินทางมากที่สุด (ร้อยละ 35.3) รองลงมาเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 30.0)

8. การตัดสินใจในการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาความพึงพอใจสูงสุดที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยววันๆ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคตามทัศนะของ Kotler (1997) อธิบายว่า ผู้บริโภคจะทางเลือกที่ชอบที่สุดและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้นเพื่อใช้ในการบริโภคด้วยตนเอง

9. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงจากอินเทอร์เน็ตเนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นจนเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากเดิม มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพราะมีแหล่งข้อมูลจำนวนมากในอินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ประกอบในการวางแผนและตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวจากการเปรียบเทียบข้อมูลท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต ตลอดจนสามารถตัดสินใจซื้อรายการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวสามารถโต้ตอบกับผู้ประกอบการและสร้างเนื้อหาการท่องเที่ยวใส่กลับไปบนอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวอื่นๆ ได้อีกด้วย ทำให้เกิดสังคมชุมชนท่องเที่ยวที่มีข้อมูลมหาศาลบริการนักท่องเที่ยวในทุกๆ เรื่องที่ต้องการ เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลที่พักโรงแรม ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลร้านอาหารหรือแม้กระทั่งข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการของการท่องเที่ยวที่ได้ไปมาแล้ว เพื่อแจ้งให้กับนักเดินทางคนต่อไปได้รับทราบ สอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ ชยกร ทาระวรรณ (2548 อ้างถึงใน จิตติยา เนตรวงษ์, 2551) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคนวัยทำงานเมื่อมีความต้องการด้านการท่องเที่ยว จะมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของแสงเดือน รตินธร (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

10. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่กำหนดช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์) เนื่องจากเป็นวันที่ว่างจากการทำงานหรือภารกิจอื่น ซึ่งทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนได้มากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ อธิป เหลียวรุ่งเรือง (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวหน้าพร้อนสันกำแพงในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ - อาทิตย์

11. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ปรากฏผลดังนี้

11.1 สมมติฐานข้อ 1 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถพิจารณาความแตกต่างได้ดังนี้

- ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า ทุกกลุ่มมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเปลี่ยนบรรยากาศมากที่สุด โดยในกลุ่มที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มอื่น

- ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า ทุกกลุ่มมีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด โดยในกลุ่มอายุ 20 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี มีสัดส่วนใกล้เคียงกันและมีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มอื่น

- ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว แต่กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี 20 - 30 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป เลือกที่จะร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นหลัก

11.2 สมมติฐานข้อ 2 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการพักผ่อน สถานที่พักผ่อน ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถพิจารณาความแตกต่างได้ดังนี้

- ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการพักผ่อน พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีสัดส่วนของการไม่พักค้างแรมสูงกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จะมีสัดส่วนของการพักค้างแรมสูงกว่ากลุ่มอื่น

- ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่พักผ่อน พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000 - 10,000 บาท เลือกที่จะพักบ้านญาติหรือเพื่อนมากที่สุด ส่วนในกลุ่มที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เลือกที่จะพักโรงแรมมากที่สุด

- ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับยานพาหนะในเดินทางพบว่า ทุกกลุ่มเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด โดยกลุ่มที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ซึ่งมีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มอื่น
- ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า ทุกกลุ่มใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มากที่สุด โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มอื่น
- ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวระหว่าง 1,001 - 2,000 บาท มากที่สุด นอกจากนี้ กลุ่มอื่นๆ โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาท

11.3 สมมติฐานข้อ 3 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยในส่วนของ การจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยวพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา ซึ่งสามารถพิจารณาความแตกต่างได้ดังนี้

- ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการวางแผนการท่องเที่ยว พบว่า ทุกกลุ่มมีการวางแผนล่วงหน้า โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มอื่น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะด้านการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ดังต่อไปนี้

1.1 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนควรจัดกิจกรรมการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและมีคุณค่า นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมที่เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ รวมทั้งเพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน

1.2 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเลือกพักโรงแรมซึ่งอยู่ในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานี เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านสถานที่พักแรมที่อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาสถานที่พักหรือห้องพักให้มีความสะอาด รวมทั้งการติดตั้งเครื่องอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่พักแรม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ

1.3 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ควรมีป้ายบอกสถานที่และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวตลอดตามเส้นทางการเดินทาง รวมทั้งจัดให้มีสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวอาจใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหรือส่งเสริมทางการตลาดให้กับธุรกิจของตนเองได้เป็นอย่างดี

1.5 จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ยและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบประเด็นอื่นที่น่าสนใจและคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงผู้ที่สนใจนำผลการศึกษานี้ไปขยายผลเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป ดังต่อไปนี้

2.1 ควรมีการต่อยอดงานวิจัยในเรื่องการสร้างยุทธศาสตร์หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับอาเซียน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับสปป.ลาว ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เนื่องจากมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงอาจเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 2 ประเทศได้ในอนาคต

2.2 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปปรับปรุงและเสริมศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งเป็นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นไปในรูปแบบและทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศอย่างแท้จริง

2.3 การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพียงแห่งเดียว ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. รายงานการวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิตติยา เนตรวงษ์. (2551). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน. *วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 74-85.
- ธีรภรณ์ นกแก้ว. (2555). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 49-59.
- นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง. (2556). พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(3), 51-59.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- วรัญญา จีระวิบูลวรรณ. (2553). การพัฒนาหน่วยการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ท้องถิ่น-การใช้ประโยชน์ การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ลุ่มน้ำหนองหาน อ.กุมภวาปี จ.อุดรธานี. *วารสารเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 2(4), 72-85.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *“Tourism Hub” โอกาสทองของไทย*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2556*. รายงานการวิจัยสำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : อินทนิล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : Diamond in business world.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 18(2), 84-104.
- อธิป เหลี้ยวรุ่งเรือง. (2554). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในจังหวัดเชียงใหม่*. การศึกษาอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- อรทัย มูลคำ. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Assael, H. (1992). *Consumer behavior & Marketing action*. 4thed. Boston: PWS-Kent.
- Boone, H. W., & Kurtz, D. L. (2005). *Comtemporary marketing 2005*. Ohio : Thomson South-Western.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2007). *Statistics for the behavioral sciences*. 7thed. Belmont, CA : Thomson/Wadsworth.
- Hudman, L. E. (1980). *Tourism: A Shrinking World*. Ohio : Grid.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control*. 9thed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Naylor, G., & Kleiser, S. B. (2002). Exploring the differences in perceptions of satisfaction across lifestyle segments. *Journal of Vacation Marketing*, 8(4), 343-351.
- Plog, S. C. (2002). The power of psychographics and the concept of venturesomeness. *Journal of Travel Research*, Vol.40 (February), 244-251.
- Williams, A. (2002). *Understanding the hospitality consumer*. Oxford : Butterworth-Heinemann.

คณะผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สามารถ ปิติพัฒน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

e-mail: Samart__mbe@yahoo.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

e-mail:nkrisda5@yahoo.com