

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปาทองจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Factors Affecting Foreign Tourists' Decision to Travel to Patong, Phuket Province

มานู จำปาสี¹ โกเมศ แดงตรง¹ ภาวิกา ขุนจันทร์^{*2} และ ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ²

Manu Champasi¹ Komet Taengtrong¹ Pawika Khunchan^{*2} and Dongrat Koykitcharoen²

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต¹

Undergraduate Students, Business Computer Program, Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University¹

อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Faculty Member, Business Computer Program, Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University²

*Corresponding author, e-mail: pawika.k@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว อุปสรรคที่พบ และการตัดสินใจเลือกปาทองเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ปาทองโดยจะสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุเฉลี่ย 41 - 50 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยว 30,000-50,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวมาในช่วงเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม เดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ปาทองด้วยรถบัส ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน เลือกที่พักโดยพิจารณาจากราคาเป็นหลัก ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ ใช้แอปพลิเคชันทางการเงินในการบริหารจัดการงบประมาณในการท่องเที่ยว และนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น อุปสรรคต่อการมาท่องเที่ยวปาทองภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยอุปสรรคด้านการรับรู้มีอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ อุปสรรคด้านความปลอดภัย และ อุปสรรคด้านวัฒนธรรม การตัดสินใจท่องเที่ยวปาทองภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสถานที่ที่ตรงกับความสนใจในการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้เวลาในการเดินทางน้อย และ การมีผู้รีวิวหรือให้ข้อคิดเห็นจำนวนมาก กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ และอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ปาทองที่ต่างกัน ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวปาทอง จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

คำสำคัญ: การตัดสินใจ ท่องเที่ยว ปาทอง

Abstract

This research aimed to study the factors influencing decision-making, tourism behavior, encountered obstacles, and the decision to choose Patong as a travel destination among international tourists. The study employed a survey research method and collected data through questionnaires from a sample of 400 international tourists visiting Patong, selected using a convenience sampling method. The research instrument was a questionnaire, and the data were analyzed using descriptive statistics and hypothesis testing. Statistical methods such as t-tests, one-way analysis of variance (ANOVA), and pairwise comparison analysis were used to examine the differences.

The research findings revealed that differences in individual factors affected the challenges faced by tourists differently. Most respondents were male, with an average age of 41–50 years. They had traveled to the destination once before, primarily to gain new travel experiences. Their travel expenses ranged between 30,000 and 50,000 THB. The trips were mostly made during July–October, using buses as

the primary mode of transportation, with a travel duration of 1–2 days. Accommodation selection was mainly based on price considerations, and travel information was primarily obtained from websites. The main activities undertaken were sea activities, and financial management during the trips was facilitated through financial applications. Tourists preferred consuming local food. Individual differences influenced the challenges encountered during their trips, with the overall obstacles to visiting Patong being at a moderate level. Among these, perceptual barriers posed the greatest challenges, followed by financial and safety barriers. Decision-making regarding travel to Patong was also rated as moderate overall. Key factors influencing decision-making included destinations matching tourists' interests, short travel times, and a high number of reviews or recommendations. This information can be utilized to enhance the efficiency in responding to the needs and behaviors of international tourists visiting Patong, Phuket.

Keywords: Decision-Making, Travel, Patong

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศในแต่ละปี โดยข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวกว่า 1.2 ล้านล้านบาท ประเทศไทยยังถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายหาด ภูเขา และน้ำตก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

ปาดอง จังหวัดภูเก็ต เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ด้วยภูมิประเทศที่สวยงามซึ่งประกอบด้วยภูเขาและทะเล ชายหาดที่ทอดยาว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรมที่พัก รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านนวดและสปา รวมถึงสถานบันเทิงตอนกลางคืน เช่น ถนนบางลา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปาดอง (ชยาพร เดชสโร, เมธากาญจน์ชัย และ วิลาวัลย์ จันทศรี, 2565)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปาดอง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาและวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของปาดอง ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการเพิ่มความน่าสนใจของพื้นที่ และการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวปาดองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่ปาดอง
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
4. เพื่อศึกษาการตัดสินใจมาท่องเที่ยวปาดอง

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ปาดองที่ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวปาดอง จังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้สูตรของ Cochran (1977 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2535) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ปาดอง ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบภาษาอังกฤษ ซึ่งได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้

และกระจายลิงค์แบบสอบถามให้ผู้ทำงานที่ป่าตองเป็นผู้กระจายแบบสอบถามออนไลน์นี้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ มาสรุปและสร้างเป็นแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเที่ยงตรง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

และเพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยดำเนินการ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารว่า เหมาะสมและง่ายต่อการทำความเข้าใจและประเมินความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบเนื้อหาว่าตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่วางไว้หรือไม่ โดยการให้คะแนน +1, 0, -1 โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.5 (เขาวลิต เหมะธูลิน, 2557) รวมทั้งตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.80

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับผู้ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha (Coefficient) โดยใช้เกณฑ์ว่าค่าความในแบบสอบถามควรมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น .7 ขึ้นไป (Cortina, 1993; Schmitt, 1996) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามชุดนี้เท่ากับ .92

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนาอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางเป็นร้อยละ โดยมีเกณฑ์การแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์สมมติฐาน โดยการหาค่า t (Independent Sample t-test) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) การหาความแตกต่างรายคู่ (Post Hoc) และ Crosstab

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปาดองจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย (ร้อยละ 59.5) อายุเฉลี่ย 41 - 50 ปี (ร้อยละ 30.1)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวปาดองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.19	.826	ปานกลาง
2. ปัจจัยด้านราคา	3.18	.735	ปานกลาง
3. ปัจจัยด้านสถานที่	3.17	.697	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	3.25	.741	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20	.750	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยทั้ง 4 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.25) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่ปาดอง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเคยเดินทางมาแล้ว 1 ครั้ง (ร้อยละ 38.1) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 32.3) ค่าใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยว 30,000-50,000 บาท (ร้อยละ 27.6) เดินทางมาท่องเที่ยวมาในช่วงเดือน กรกฎาคม-ตุลาคม (ร้อยละ 52.2) เดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ปาดองด้วยรถบัส (ร้อยละ 26.1) ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน (ร้อยละ 33.8) เลือกที่พักโดยพิจารณาจากราคาเป็นหลัก (ร้อยละ 71.9) ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ (ร้อยละ 71.6) ใช้แอปพลิเคชันทางการเงินในการบริหารจัดการงบประมาณในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 72.6) และนิยมรับประทานอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 74.4)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัญหาอุปสรรคต่อการมาท่องเที่ยวปาดอง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับปัญหา
1. อุปสรรคด้านการรับรู้	3.25	.820	ปานกลาง
2. อุปสรรคด้านการเงิน	3.15	.742	ปานกลาง
3. อุปสรรคด้านวัฒนธรรม	3.18	.766	ปานกลาง
4. อุปสรรคด้านความปลอดภัย	3.19	.826	ปานกลาง
5. อุปสรรคด้านการเข้าถึง	3.17	.871	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	.807	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า อุปสรรคต่อการมาท่องเที่ยวปาดองทุกปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อุปสรรคด้านการรับรู้ อุปสรรคด้านความปลอดภัย อุปสรรคด้านวัฒนธรรม อุปสรรคด้านการเข้าถึง และอุปสรรคด้านการเงิน (มีค่าเฉลี่ย 3.25, 3.19, 3.18 3.17 และ 3.15) อยู่ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาการตัดสินใจมาท่องเที่ยวปาดอง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวปาดองจังหวัดภูเก็ต

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวปาดองจังหวัดภูเก็ต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. เป็นสถานที่ที่ตรงกับความสนใจในการท่องเที่ยว	3.05	1.20	ปานกลาง
2. มีผู้รีวิวหรือให้ข้อคิดเห็นจำนวนมาก	2.98	1.22	ปานกลาง
3. ใช้เวลาในการเดินทางน้อย	3.00	1.19	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.01	1.21	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวปาดองทุกการตัดสินใจมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เป็นสถานที่ที่ตรงกับความสนใจในการท่องเที่ยว ใช้เวลาในการเดินทางน้อย และการมีผู้รีวิวหรือให้ข้อคิดเห็นจำนวนมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.05, 3.00 และ 2.98) อยู่ในระดับปานกลาง

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย**สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ปาดอง**

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวปาดอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	ss	df	MS	F	Sig.
Between Groups	8.739	2	4.370	21.733	.000
Within Groups	80.226	399	.201		
Total	88.965	401			

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ปาดองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจท่องเที่ยวปาดอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		SS	df	MS	F	Sig.
อายุ	Between Groups	2.134	4	.533	2.439	.047*
	Within Groups	86.832	397	.219		
	Total	88.965	401			
สถานภาพ	Between Groups	.176	1	.176	.793	.374
	Within Groups	88.789	400	.222		
	Total	88.965	401			
อาชีพ	Between Groups	1.366	3	.455	2.069	.104
	Within Groups	87.599	398	.220		
	Total	88.965	401			
เงินเดือน	Between Groups	.326	5	.065	.291	.918
	Within Groups	88.639	396	.224		
	Total	88.965	401			

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ปาดองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การทดสอบความแตกต่างของปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	ss	df	MS	F	Sig.
Between Groups	8.739	2	4.370	21.733	.000
Within Groups	80.226	399	.201		
Total	88.965	401			

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .01

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 การทดสอบความแตกต่างของปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		SS	df	MS	F	Sig.
อายุ	Between Groups	2.134	4	.533	2.439	.047*
	Within Groups	86.832	397	.219		
	Total	88.965	401			
สถานภาพ	Between Groups	.176	1	.176	.793	.374
	Within Groups	88.789	400	.222		
	Total	88.965	401			
อาชีพ	Between Groups	1.366	3	.455	2.069	.104
	Within Groups	87.599	398	.220		
	Total	88.965	401			
เงินเดือน	Between Groups	.326	5	.065	.291	.918
	Within Groups	88.639	396	.224		
	Total	88.965	401			

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวปาดอง จังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ทำงานมาแล้วช่วงหนึ่งทำให้มีเงินเก็บเพียงพอที่จะสามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล (2563) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 41-50 ปี เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและหาประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยเดินทางมาแล้ว 1 ครั้ง เดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ปาดองด้วยรถบัส และแหล่งที่มาของข้อมูลที่ได้รับมาจากเว็บไซต์ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยวซ้ำ ประกอบกับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่มาท่องเที่ยวปาดอง มีเป็นจำนวนมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งสอดคล้องกับ Wang (2560) ศึกษา เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เคยมาเที่ยวพัทยา 1 ครั้ง โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูล และส่วนใหญ่เดินทางโดยรถบัส

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านราคา เนื่องจากปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารรวมถึงการโพสต์ภาพแหล่งท่องเที่ยว และโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชน มีอิทธิพลในการดึงดูดใจ สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล (2563) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่อง ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม และสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ได้รับจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับ

4. อุปสรรคต่อการมาท่องเที่ยวป่าตองภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยอุปสรรคด้านการรับรู้ มีอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ อุปสรรคด้านการเงิน และ อุปสรรคด้านความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ ธราดล หิรัญพฤกษ์ (2565) ศึกษาเรื่อง อุปสรรคของการท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ ของประเทศไทย ตามความคิดเห็นของชาวต่างชาติ ผลวิจัยพบว่า อุปสรรคของการท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ ของประเทศไทยตามความคิดเห็นของ ชาวต่างชาติโดยภาพรวม มีอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง

5. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในป่าตองจังหวัดภูเก็ต พบว่า ส่วนมากมาท่องเที่ยวเพราะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ชนิตา ขวัญทอง (2563) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจที่สำคัญมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะเกาะเสม็ดมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การอาบแดด เล่นน้ำ เดินเล่นชายหาด ชมธรรมชาติรอบเกาะ ตกหมึก เป็นต้น ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สอดคล้องกับ นิमित ชื่นสัน และ อุมารณณ์ สมกาย (2564) รายงานว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต วิจัยนี้ศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในภูเก็ต พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงาม ความปลอดภัย และคุณภาพบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดของภูเก็ต

6. กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ป่าตองแตกต่างกัน เนื่องจาก ป่าตองเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทั้งความสวยงามทางธรรมชาติ สถานบันเทิง และแหล่งช้อปปิ้งจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงเสาะนิยมมาท่องเที่ยวป่าตองจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ อธิวัฒน์ หงส์กิตติยานนท์ (2559) ที่ศึกษา เรื่อง ภาพลักษณ์ของหาดป่าตองในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ผลการสำรวจคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุ 31-45 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีอาชีพอื่น ๆ มีรายได้ตั้งแต่ 20,001-25,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมื่อจำแนกตามจะไปเที่ยวที่ไหน จะไปเที่ยวเมื่อใด จะไปเที่ยวโดยทางใด จะไปเที่ยวกับใคร จะไปเที่ยวนานเท่าใด จะไปพักโรงแรมประเภทไหน ที่แตกต่างกัน ภาพลักษณ์ของหาดป่าตองแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรม การท่องเที่ยวเมื่อจำแนกตามจะไปเที่ยวเพื่ออะไร ที่แตกต่างกัน ภาพลักษณ์ของหาดป่าตอง ไม่แตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของหาดป่าตอง

สรุป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด คือ การส่งเสริมการขาย ได้แก่ โปรโมชั่นและกิจกรรมส่งเสริมการขาย รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่ ซึ่งทั้งหมดมีอิทธิพลในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี เดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ โดยมักเลือกเดินทางในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคม ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 30,000-50,000 บาท ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกที่พักโดยพิจารณาจากราคา และได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ กิจกรรมยอดนิยมที่ทำขณะเดินทาง คือ การช้อปปิ้ง การรับประทานอาหารท้องถิ่น และการใช้แอปพลิเคชันจัดการด้านการเงิน ในด้านอุปสรรค พบว่า อุปสรรคหลัก คือ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมักไม่ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในป่าตองนอกเหนือจากสถานบันเทิงยามค่ำคืน รองลงมา คือ ปัญหาด้าน

การเงินและความปลอดภัย ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ พบว่า เพศและอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขณะที่อายุยังส่งผลต่อปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายและดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้หลายวิธี เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาพักผ่อนและได้มีการตั้งงบประมาณไว้ล่วงหน้า ดังนั้น ธุรกิจควรให้ความสำคัญราคาและความคุ้มค่า การจัดกิจกรรมที่ดึงดูดในตัวนักท่องเที่ยวอาจเป็นตัวเลือกที่ดีเพื่อเพิ่มการมองเห็นและความนิยมต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

2. ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการขาย ดึงดูดนักท่องเที่ยวโปรโมชั่นและความคุ้มค่า ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ได้โดยรู้สึกรู้สึกว่ามีความคุ้มค่า การใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่ดึงดูดใจ ได้แก่ การลดราคา หรือโปรโมชั่นพิเศษช่วงเทศกาล จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

3. ผู้ประกอบธุรกิจควรทำการโฆษณาถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ไม่ใช่โฆษณาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน เพราะโดยส่วนใหญ่จะไม่ว่าป่าตอง ยังมีสถานที่ที่น่าสนใจอีกมากมายนอกเหนือจากสถานบันเทิงยามค่ำคืน และให้ความสำคัญน้อย กับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบธุรกิจควรคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ป่าตอง

5. ผู้ประกอบธุรกิจควรคำนึงถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวและศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติด้วยความที่นักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติแต่ละศาสนามีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจควรจัดหาสิ่งให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” รวมทั้งยังเป็นผลทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยตามแนวทางต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ตรงจุด และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมุ่งให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น

2. ควรศึกษาการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวของป่าตอง เพื่อศึกษาว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับใดเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ต่อไป

3. การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ หรือการนั่งพูดคุยกันเป็นแต่เพียงการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่านั้น ถ้ามีการเก็บข้อมูลทีนอกเหนือจากแบบสอบถามก็อาจจะได้ข้อมูลที่ลึกกว่าเดิมได้

4. การศึกษาในครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้มุ่งเน้นในป่าตอง จังหวัดภูเก็ต เท่านั้น ถ้าหากมีการศึกษาในสถานที่อื่น ๆ ก็อาจจะเป็นผลดีต่อการได้รับข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการศึกษาว่า เหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันหรือไม่ อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่มีความครอบคลุมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายได้มากขึ้น และได้ข้อมูลที่มีความแม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กันติศา หิรัญประสิทธิ์กุล. (2563). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *สถิติการท่องเที่ยวประจำปี 2566*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายได้จากการท่องเที่ยวประจำปี 2566*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

- ชนิตา ขวัญทอง. (2563). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชยาพร เดชสโร, เณิกาญจน์ ซียง และ วิลาวัลย์ จันทร์ศรี. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 14(1), 121-140.
- นิมิต ชื่นสัน และ อุมารณ สมกาย. (2564). ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 8(2), 39-52.
- ธราดล หิรัญพุกษ์. (2565). อุปสรรคของการท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ ของประเทศไทยตามความคิดเห็นของชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อธิวัฒน์ หงส์กิตติยานนท์ (2559). ภาพลักษณ์ของหาดป่าตองในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวจีน (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 11(3), 2686-2703.
- Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cortina J. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Schmitt, N. (1996). *Uses and abuses of coefficient alpha. Psychological Assessment*, 8, 350-353.
- Wang, Z. (2560). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.