



ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Thai Tourist Loyalty toward Than Sadet Koh Phangan
National Park Suratthani Province

วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง^{1*}, ยรรยง คชรัตน์², ประภาศ ปานเจียง³, ภัททิรา กลิ่นเสนา⁴,
ธิดารัตน์ น้อยสุวรรณ⁵ และ สิริรัตน์ หลุยยะพันธ์⁶

Wiwat Jankingthong^{1*}, Yanyong Kodcharat², Prapas Panjiang³, Phattira Klinlekha⁴,
Thidarat Noysuwan⁵ and Sirirat Louisyapan⁶

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Assistant Professor Dr., Department of Business Administration, Hatyai Business School,
Hatyai University

² ดร., สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Dr., Department of Business Administration, Hatyai Business School, Hatyai University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

³ Assistant Professor Dr., Department of of Thai for Business Communication, Faculty of Education and
Liberal Arts, Hatyai University

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁴ Assistant Professor, Department of Advertising and Public Relations, Faculty of Communication Arts,
Hatyai University

^{5,6} อาจารย์ สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติดิษยะศริน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^{5,6} Lecturer Department of Business Chinese, Didyasarin International College, Hatyai University

* Corresponding author, E-mail: janwivat@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยาน
แห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันและเปรียบเทียบความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยส่วน
บุคคล โดยศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันจำนวน
400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น
แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความภักดีในระดับปานกลางทุกด้าน ประกอบด้วย
ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ด้านการแนะนำและบอกต่อ ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์



และวางแผน ในส่วนของการเปรียบเทียบความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิภาค และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความภักดีที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย, อุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน

Abstract

The purposes of this research are to study the Thai tourist loyalty toward Than Sadet Koh Phangan National Park and compare of the subjects' personnel toward the Thai tourist loyalty. The population sample size in this research were four hundred Thai tourists. The instrument for data collection were an accidental sampling and questionnaire. The results of this research revealed that the Thai tourist loyalty toward Than Sadet Koh Phangan National Park in all aspects was at moderate level, including Repeat Visitation, Words of Mouth, Willing to pay more, and Cherished Conservation. Regarding the comparison of personal factors toward the Thai tourist loyalty, the results show that their different monthly income, domicile and frequency of visiting did differentiate their level of loyalty.

Keywords: Thai Tourist Loyalty, Than Sadet Koh Phangan National Park

บทนำ

ความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยแสดงออกมาในลักษณะของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำและบอกต่อ ความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น รวมถึงการอนุรักษ์และวางแผน และความภักดีของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งทำให้องค์กรประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ความภักดีของนักท่องเที่ยวยังส่งผลต่อความมั่นคงและความยั่งยืนขององค์กร (Robinson & Etherington, 2006; Oliver, 2010) ดังนั้นองค์กรทางด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องจะต้องสร้างความภักดีให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้และความยั่งยืนให้กับองค์กร

อุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน นับเป็นองค์กรหนึ่งให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว โดยเกาะพะงันเป็นเกาะที่สวยงามและมีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศทางทะเล ด้วยน้ำทะเลใสสะอาดหาดทรายเนียนละเอียด ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ยิ่งในช่วงคืนพระจันทร์เต็มดวง เกาะพะงันจะเป็นสถานที่จัดงานฟูลมูนปาร์ตี้ ซึ่งเป็นกิจกรรมริมชายหาดที่สนุกสนาน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันอีก

จำนวนมาก อาทิ เกาะกงธารเสด็จ เกาะตุงกู เกาะม้า เกาะเหลาอยู่ เกาะวาวใหญ่ เกาะเหนียด อ่าวธารเสด็จ หาดศรีกันตัง หาดท้องนายปาน ชายหาดเจียบ ยอดเขาหระ น้ำตกธารประพาส น้ำตกธารประเวศ น้ำตกธารเสด็จ น้ำตกแพง เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน ปีงบประมาณ 2559 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 11,919 คน ซึ่งลดลงกว่าปีงบประมาณ 2558 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 13,748 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลทำให้รายได้ของอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน โดยเฉพาะรายได้ค่าบริการเข้าไปท่องเที่ยวชมอุทยานแห่งชาติ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2559) จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันลดลง เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงพฤติกรรมความภักดีของนักท่องเที่ยวที่ลดลง (Robinson & Etherington, 2006) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน
2. เพื่อเปรียบเทียบความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความภักดีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน มีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็น ความภักดีของนักท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา เฉพาะอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน
3. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน



แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยว

ความภักดีเป็นคำที่มีมานาน ในอดีตคำนี้ใช้อธิบายถึงความซื่อสัตย์ การอุทิศตัว และมีศรัทธาต่อประเทศชาติหรือองค์กร แต่ในปัจจุบันได้มีการศึกษาและอธิบายถึงคำนี้อย่างมาก โดยการศึกษาในช่วงแรกนั้นจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความภักดีเกี่ยวกับสินค้าที่จับต้องได้ ต่อมาได้มีการศึกษาเพิ่มเกี่ยวกับสินค้าที่จับต้องไม่ได้ นั่นคือ การบริการ (Lovelock & Wirtz, 2011) และในภาคการท่องเที่ยวนับเป็นการให้บริการอย่างหนึ่ง ดังนั้นการสร้างให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร เนื่องจากจะช่วยให้องค์กรมีรายได้ และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน (Robinson & Etherington, 2006) โดยรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ความหมายความภักดีของนักท่องเที่ยว (Tourist Loyalty)

ความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยการแสดงความภักดีของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 2) ด้านการแนะนำและบอกต่อ 3) ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และ 4) การอนุรักษ์และหวงแหน โดยเริ่มจากการมีทัศนคติทางด้านบวกซึ่งเกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว ทั้งนี้ความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการสะสมประสบการณ์มาเป็นระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความประทับใจและผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งความผูกพันนับว่าเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่แสดงถึงความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น และความภักดีนี้จะยังคงอยู่ในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวตลอดไปตราบที่เขารับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว และได้รับความประทับใจจากการเข้ามาท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (Robinson & Etherington, 2006; Oliver, 2010; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009)

2. ความสำคัญของความภักดีของนักท่องเที่ยว

การดำเนินงานขององค์กรที่กำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ล้วนมีเป้าหมายเพื่อการเจริญเติบโตและให้สามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรจำเป็นจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดี เพราะความภักดีจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำบอกต่อแก่ผู้อื่นให้เข้ามาท่องเที่ยว และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความภักดีจะได้รับประโยชน์ (Kotler et al., 2003; Grönroos, 2007) ดังนี้

2.1 การเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร เป็นรายได้จากการเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งรายได้ส่วนนี้สามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม และมีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้นได้

2.2 ประหยัดต้นทุน เนื่องจากองค์กรไม่จำเป็นจะต้องตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมตลาดไว้สูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีจะช่วยในการโฆษณาและแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาท่องเที่ยว

2.3 มีความมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร เพราะการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนขององค์กร หากแหล่งท่องเที่ยวใดไม่มีผู้เข้ามาท่องเที่ยว และจะต้องหานักท่องเที่ยวใหม่อยู่ตลอดเวลา จะทำให้เสถียรภาพและความมั่นคงในการดำเนินองค์กรจะเหลือน้อยมาก

2.4 องค์กรสามารถตั้งราคาสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นได้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีส่วนใหญ่จะไม่อ่อนไหวต่อราคา

3. การสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยว

ความภักดีของนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายสำคัญที่สุดที่ทุกองค์กรต้องการ และหากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง อีกทั้งการสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงความคุ้มค่า ย่อมสร้างความภักดีให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ความภักดีของนักท่องเที่ยวอาจเกิดจากนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และได้รับความภักดีต่อเนื่องหลาย ๆ ครั้งจนเกิดเป็นความภักดี ดังนั้นการสร้างความภักดีอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำจะนำไปสู่ความภักดีในที่สุด (Timm, 2011; Lovelock & Wirtz, 2011) จากทฤษฎีการเสริมแรงทางบวกโดยการนำสิ่งเร้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว หรือการนำเสนอคุณภาพบริการที่ดีจนนักท่องเที่ยวเกิดเป็นความภักดีสูงสุด ย่อมส่งผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำและบอกต่อในทางบวก (Reisinger, 2009)

4. การวัดความภักดีของนักท่องเที่ยว

การกำหนดองค์ประกอบในการวัดความภักดีของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย 4 ด้าน (Robinson & Etherington, 2006; Zeithaml et al., 2009; Oliver, 2010) ดังนี้

4.1 ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการแสดงถึงความผูกพันที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อีกครั้ง ซึ่งเกิดจากการความประทับใจในภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หรือได้รับรู้ถึงคุณค่าที่ดีของการท่องเที่ยว รวมถึงเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ จนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ และมีแนวโน้มจะเข้ามาท่องเที่ยวอีก หรือเมื่อต้องการท่องเที่ยวก็จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นอันดับแรก

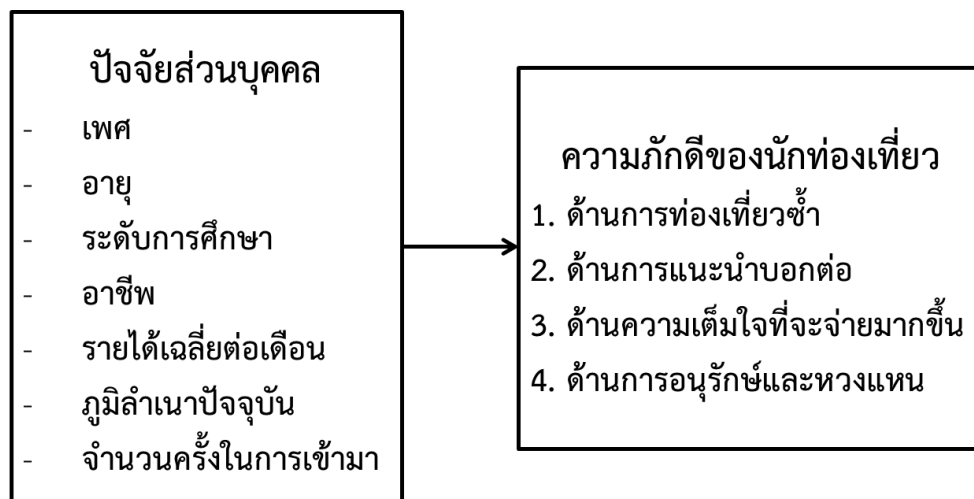
4.2 ด้านการแนะนำและบอกต่อ เป็นการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมถึงการเล่าประสบการณ์ความประทับใจในทางบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพบริการที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.3 ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น เป็นความรู้สึกไม่หวั่นไหวของนักท่องเที่ยวต่อการขึ้นราคาสินค้า หรือบริการขององค์กรการท่องเที่ยว เช่น ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ค่าผ่านเข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น โดย

นักท่องเที่ยวที่มีความรักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

4.4 ด้านการอนุรักษ์และหวงแหนต่อ เป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวที่ตนประทับใจ และที่มีคุณค่าในสายตาของตน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นดำรงอยู่อย่างยั่งยืน โดยพร้อมจะช่วยสอดส่อง ดูแลทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ไม่ให้ใครมาทำลาย อีกทั้งให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ หรือกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคเงิน การปลูกต้นไม้ และการเก็บขยะ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาคั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน การกำหนดจำนวนประชากรโดยใช้ข้อมูลการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2558-2559 และนำจำนวนประชากรทั้ง 2 ปีมารวมกันและหาค่าเฉลี่ย ได้จำนวนประชากรทั้งสิ้น 18,793 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2560)

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างการใช้จำนวนประชากร 18,793 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยใช้สูตรของยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 400 ตัวอย่าง (Yamane, 1973)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ แบบมาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่ม



ตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาปัจจุบัน และจำนวนครั้งในการเข้ามา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้การวัด 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ด้านการแนะนำบอกต่อ ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์และห่วงแหน แบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณ (Rating Scales) ได้กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ จากความภักดีมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงความภักดีน้อยที่สุด (1 คะแนน)

สำหรับการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับความภักดีของนักท่องเที่ยว ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับความภักดีมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับความภักดีมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับความภักดีปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับความภักดีน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50	หมายถึง นักท่องเที่ยวมีระดับความภักดีน้อยที่สุด

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ดำเนินการโดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานธารเสด็จ-เกาะพะงันจำนวน 60 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวทุกด้านมีค่าสูงกว่า 0.71 ทุกด้าน แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านการชี้แจงในข้อคำถาม และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งในการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยจะเลือกเก็บเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่ท่องเที่ยวเสร็จแล้ว โดยจะถามกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะให้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเอง ดำเนินการจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด 400 ตัวอย่าง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในงานสถิติเพื่อการวิจัย ประกอบด้วย

- (1) ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยว
- (2) ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ



(3) การเปรียบเทียบความภักดีของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ โดยจำแนกตามเพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยว ที่จำแนกเป็นสองกลุ่มที่เป็นอิสระแก่กัน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และที่จำแนกกลุ่มมากกว่าสองกลุ่มใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบด้วยสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Pairwise Comparisons) โดยใช้วิธีของ Scheffe

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.00 เมื่อพิจารณาถึงอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นค้าขายหรือทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 23.00 ในส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.20 และภูมิลำเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 เมื่อพิจารณาถึงจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวใน 1 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.20

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านต่าง ๆ ที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน พบว่า ระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน อยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ด้านการแนะนำและบอกต่อด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์และหวงแหน ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน

ความภักดีของนักท่องเที่ยว	\bar{x}	ระดับความภักดี
ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ	2.69	ปานกลาง
ด้านการแนะนำและบอกต่อ	3.44	ปานกลาง
ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น	3.18	ปานกลาง
ด้านการอนุรักษ์และหวงแหน	3.21	ปานกลาง

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดี ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความภักดี ด้านการท่องเที่ยวซ้ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความภักดี ด้านการท่องเที่ยว ด้านการแนะนำและบอกต่อ ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์และหวงแหนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความภักดีของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความภักดีของนักท่องเที่ยว	ทดสอบด้วย t-test	ทดสอบด้วย F-test					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา	จำนวนครั้งในการเข้ามา
ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ	1.04	1.79	0.68	0.92	1.50	3.20**	3.86**
ด้านการแนะนำและบอกต่อ	1.38	1.45	1.23	0.75	1.40	0.76	3.35**
ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น	0.83	0.88	0.93	1.47	2.97**	0.49	3.41**
ด้านการอนุรักษ์และหวงแหน	0.98	1.12	0.86	1.06	1.32	1.09	3.82**

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน พบว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เป็นเพราะอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย และมุ่งเน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จึงยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยวมากนัก เช่น ไม่มีบ้านพักให้บริการ มีเพียงลานกางเต็นท์เท่านั้น รวมถึงไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงนิยมไปพักค้างคืนนอกอุทยานแห่งชาติ สอดคล้องกับ David and Lawton (2014) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว ย่อมเกิดจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความสวยงาม และมีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอย่างครบถ้วน และการให้บริการที่ดีจนเกิดความประทับใจ และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความภักดี ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นแตกต่างกัน เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากย่อมมีกำลังซื้อสูง ดังนั้นการขึ้นราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ย่อมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย การขึ้นราคาสินค้าและ



บริการต่าง ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความภักดี ด้านการท่องเที่ยวซ้ำแตกต่างกัน เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ไกลอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน โดยเฉพาะผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำได้หลายครั้งในเวลา 1 ปี เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ไกลจากอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีต้นทุนต่าง ๆ มากมาย อาทิ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ต้นทุนทางด้านเวลา คือต้องใช้เวลาในการเดินทางมาก และต้องใช้ความพยายามในการเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงไม่สะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำหลายครั้งในเวลา 1 ปี ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเข้าท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งต่อปีขึ้นไป มีความภักดี ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ด้านการแนะนำบอกต่อ ด้านความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น และด้านการอนุรักษ์และหวงแหน เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวซ้ำตั้งแต่ 3 ครั้งต่อปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประทับต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากที่จะเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำแล้ว ยังแนะนำบอกต่อเพื่อนและญาติให้เข้ามาท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในที่พักเพิ่มขึ้น รวมถึงมีความรักและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ และต้องการให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับ และต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของตนตลอดไป สอดคล้องกับที่ Oliver (2010) ได้กล่าวว่า ผู้ที่มีความประทับใจในสิ่งใด ย่อมแสดงออกโดยการใช้บริการซ้ำ การแนะนำบอกต่อทางบวก ไม่อ่อนไหวต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง และเต็มใจที่จะจ่ายแม้ราคาเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงมีความรักและหวงแหน และต้องการให้สิ่งนั้นดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวมีความภักดีอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควรเสริมสร้างความภักดีให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว และการนำเสนอคุณภาพบริการที่ดี อาทิ การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการ การให้บริการด้วยความใส่ใจ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสบายเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน การติดตั้งระบบความปลอดภัย ระบบเตือนภัย อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย และการรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น

ในส่วนของข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน เป็นที่นิยมท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ อีกทั้งควรต่อยอดการวิจัยโดยการเพิ่มตัวชี้วัดความภักดีของนักท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกจากนี้ควรทำการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการเชิญเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และชาวบ้านในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในวิธีดำเนินการวิจัย เช่น การจัดประชุมกลุ่มย่อย จัดเวทีสัมมนา หรือ

จัดทำ Focus Group เป็นต้น เพราะความร่วมมือและช่วยกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ย่อมทำให้เกิดความรักและหวงแหนในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ตลอดจนส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2559). *สถิตินักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ*. สืบค้น 4 ธันวาคม 2559. จาก: http://www.dnp.go.th/nprd/develop/stat_tourist.php
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). ข้อมูลอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน. สืบค้น 4 ธันวาคม 2559. จาก <http://thai.tourismthailand.org>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สิริวิยาสาน.
- David, W. & Lawton, L. (2014). *Tourism Management* (5th ed.). Milton, Qld. : John Wiley & Sons.
- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing : customer management in service competition* (3rd ed.). Chichester, West Sussex, England; Hoboken, NJ: J. Wiley & Sons.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing : people, technology, strategy* (7th ed.). Boston: Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction : a behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe.
- Reisinger, Y. (2009). *International tourism: cultures and behavior*. Amsterdam Boston: Butterworth-Heinemann.
- Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer loyalty: a guide for time travelers*. New York: Palgrave Macmillan.
- Timm, P. R. (2011). *Customer service: career success through customer loyalty* (5th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing : integrating customer focus across the firm* (5th ed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.