

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม

Behaviors of Domestic Tourists in the Special Economic Zone in Nakhon Phanom Province

♦ อรทัย มุลคำ

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยพะเยา

Orathai Mooncome

Student of Ph.D. College of Management University of Phayao,

E-mail: orathaimooncome303@gmail.com

♦ ชวลีย์ ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

Chawalee Na Thalang

Associate Professor, College of Management University of Phayao,

E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

Received: February 12, 2019; Revised: March 6, 2019; Accepted: March 11, 2019

Abstract

The purpose of this study were 1) to study the behaviors of tourists in the special economic zone in Nakhon Phanom Province; and 2) to study the relationship between personal factors and tourist behaviors in the special economic zone in Nakhon Phanom province. This research was quantitative research, involving the collection of data through questionnaires with 400 participants. The analysis method is descriptive statistics such as frequency, percentage, and a chi-squared test with a significance of 0.05.

The results found that the behaviors of tourists in the special economic zone in Nakhon Phanom province were as follows: most tourists were traveling in this area for the first time, were traveling with families and relatives, were traveling during the weekend, were using a private car to travel, and spent on average 2,001-4,000 THB on their traveling expenses. What attracts tourists to the special economic zone in Nakhon Phanom province is the variety of tourism resources in this area. Tourists are interested in traveling in an area with Buddhist sites (i.e. religious and cultural tourism), and in paying respect to the relics of Buddha in the

pagoda at Phra Thad and to other sacred objects in temples such as Maha-That Temple and Ao-Kad Sri Bua Ban Temple as well as other temples in this area.

According to statistics, there were 905,501 domestic tourists in the special economic zone in Nakhon Phanom Province province in 2016. Tourists visited because Nakhon Phanom has many tourism resources connected to history and culture that can attract tourists, such as the Thai-Laos Friendship Village, Ban Na-chok, the Nong Yad sub-district, and the Muang district. In addition, Nakhon Phanom is a small scenic city which is not too overcrowded, livable, and suitable for relaxation. Furthermore, Nakhon Phanom is connected by road to Thailand, Laos, Vietnam, and Southern China. The third Thai-Lao Friendship Bridge (Nakhon Phanom-Khammouane) is important as an economic bridge linking Thailand to the Asian community.

The results of the chi-squared test identified that gender is related with the number of visits, the mode of travel, the kind of vehicle used for traveling, and the reason for choosing the tourist sites. There is no relationship between age and tourist behavior or needs. The level of education is connected with the number of visits, the mode of travel, the time of year in which travel occurs, the vehicle used for travel, expenditure on travel, the attractions at tourist sites and the style of tourism that tourists are interested in, and the reasons for choosing tourist sites. Career is connected with the number of visits, mode of travel, vehicle used for travel, expenditure on travel, and the reasons for choosing tourist sites. Average monthly income is connected with the mode of travel, the time of year in which travel occurs, the kind of vehicle used for travel, and expenditure on travel at a significance of 0.05

Keywords: Travel Behavior, Tourists, Tourists in Nakhonphanom

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และสถิติทดสอบไคสแควร์ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เดินทางมาท่องเที่ยวมากับ

ครอบครัวและญาติ เดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ใช้พาหนะประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว จำนวน 2,001-4,000 บาท สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม เพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรม สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวการไหว้พระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ในวัดมหาธาตุ/ วัดโกลาสศรีบัวบาน และวัดอื่น ๆ จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ปี 2559 จำนวน 905,501 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะจังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม บ้านนาจอก ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง นครพนม เป็นต้น รวมถึงจังหวัดนครพนมเป็นเมืองขนาดเล็กที่สงบและไม่วุ่นวาย เหมาะแก่การพักผ่อนและเป็นที่อยู่อาศัย อีกทั้งจังหวัดนครพนมเป็นจุดเชื่อมเส้นทางคมนาคมทางบกของไทย-สปป.ลาว-เวียดนาม และจีนตอนใต้ที่สะดวก และมีสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม - คำม่วน) และมีสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม - คำม่วน) เป็นสะพานสำคัญในการเชื่อมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียน

จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยว อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันทุกด้าน ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ การเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ อาศัยมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

บทนำ

ปัจจุบันมนุษย์เราต้องการการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น ทำให้ต้องการกิจกรรมนันทนาการเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมนันทนาการแบบใดก็ตามล้วนมีความจำเป็นและช่วยให้ผู้ที่นำกิจกรรมนันทนาการเหล่านั้นมาใช้เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของตนเองและงานที่ทำอีกด้วย และกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากิจกรรมนันทนาการประเภทอื่น ๆ คือ “การท่องเที่ยว” ดังที่ (Sermdakun, S., 2004) ได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยว ถือว่า ได้เป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เนื่องจากการนำเงินตราเข้าสู่แหล่งชุมชนนั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศแหล่งชุมชนและช่วยให้เกิดอาชีพอีกหลายแขนง ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว

(Tourism) นั้นถือเป็นต้นทุนการประเภทหนึ่ง ความหมายกว้างขวางมิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องกันว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมี ผู้กล่าวว่าธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก สามารถขยายไปในสื่อต่าง ๆ ได้มากมาย (Watthanasakorn, P., 2006)

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการ ที่ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภทถือได้ว่าเป็นธุรกิจหลักที่นำรายได้เข้าประเทศต่าง ๆ ทุกทวีปทั่วโลกในระดับสูง จึงทำให้แต่ละประเทศให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ และให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่นเดียวกับรัฐบาลไทยที่ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของอุตสาหกรรมในประเทศ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักในการพัฒนาประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคแรงงาน และช่วยลดความยากจนในหมู่ครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำ ด้วยเหตุผลดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ก็ได้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ในระยะปี 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว มีกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ จะเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพ และขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และการพัฒนา อัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน ของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วน โดยหนึ่งในนั้นมีการมุ่งเน้นไปยังเขตพื้นที่เมืองชายแดน มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญ คือ การส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละคลัสเตอร์ (Cluster) และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน (Ministry of Tourism and Sports, 2015)

จังหวัดนครพนมเป็น 1 ใน 10 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่รัฐบาลประกาศให้จัดตั้งขึ้น โดยเกิดขึ้นจากแนวคิดที่มุ่งกระจายการพัฒนาสู่ท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อยู่อาศัยในบริเวณนั้นให้ดีขึ้น ด้วยกลยุทธ์ส่งเสริมการลงทุน การค้า การท่องเที่ยว อีกทั้งการบริการต่าง ๆ ให้นำไปสู่การจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งจังหวัดนครพนม ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเนื่องจากจังหวัดนครพนมมีจุดเด่นและจุดแข็งในหลายด้าน ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ

วัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม และมีภูมิสังคมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่หลากหลาย เป็นที่ประดิษฐานขององค์พระธาตุพนมอันล้ำค่า และมีความสำคัญทางด้านศาสนาในระดับภูมิภาคไทย-ลาว อินโดจีน ตลอดจนความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์แถบลุ่มแม่น้ำโขงที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง อีกทั้งยังมีสนามบินนครพนม สะพานมิตรภาพ และโครงการจัดตั้งศูนย์ขนถ่ายกระจายสินค้าชายแดน อีกทั้งสถานีต้นทางรถไฟรางคู่สายนครพนม - บ้านไผ่

จังหวัดนครพนมได้รับการประกาศให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้นั้น แสดงให้เห็นว่าจังหวัดนครพนมมีศักยภาพและความพร้อมในการที่จะเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยว ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี อาทิ หมู่บ้านมิตรภาพ ไทย - เวียดนาม บ้านนาจอก ตำบลหนองญาติ อำเภอเมืองนครพนม เป็นต้น รวมถึงจังหวัดนครพนมเป็นเมืองขนาดเล็กที่สงบและไม่วุ่นวาย เหมาะแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน (Special Economic Development Zone, Nakhon Phanom Province, 2015) จากข้อมูลที่ได้กล่าวในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ผลการวิจัยที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม โดยการรวบรวมจากหนังสือ งานวิจัย บทความ เอกสารต่าง ๆ โดยวิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ขอบเขตด้านประชากร : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ : ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกสถานที่ซึ่งใช้ในการเก็บข้อมูลในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม ซึ่งมีทั้งหมด 2 อำเภอ 13 ตำบล ได้แก่ อำเภอเมืองนครพนม

10 ตำบล และอำเภอท่าอุเทน 3 ตำบล ซึ่งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ และเป็นที่ยินยอมเพื่อให้ได้ความหลากหลายด้านประชากรศาสตร์

ขอบเขตด้านระยะเวลา : ทำการศึกษาวิจัยเอกสาร ทบทวนวรรณกรรม และทำการสำรวจข้อมูลตลอดจนรวบรวมข้อมูล การแจกแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ปี 2559 - 2561

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำจำกัดความของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจในการเดินทางแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลา ความถี่ในการท่องเที่ยว ตลอดจนบุคคลที่มีผลต่อการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลในการเดินทางมาในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม หมายถึง เขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษบางประการในการดำเนินกิจการต่าง ๆ เช่น การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ การท่องเที่ยว หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่เศรษฐกิจของจังหวัดนครพนม

แหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม และสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้โดยใช้ระยะเวลาไม่นาน เช่น วัดมหาธาตุ วัดศรีเทพประดิษฐาราม วัดโอกาสศรีบัวบาน พิพิธภัณฑ์จวนผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม (บ้านท่านโอจิมินห์) เป็นต้น

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่มีกิจกรรมหลายอย่างรวมกันอันเป็นกระบวนการทางนันทนาการที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure Time) โดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้เดินทางต้องเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพ ก่อให้เกิดคุณค่าทางด้านการพัฒนาอารมณ์ จิตใจและร่างกาย ผ่อนคลายความเครียด เปลี่ยนบรรยากาศ ฝึกความอดทนและควบคุมตนเองให้มีความรู้ความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ ๆ การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยขึ้นอยู่กับทางเลือกและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมนันทนาการท่องเที่ยว (Kanchanakit, S., 2001)

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น (Uthayan, C., 2008) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ (Jittangwattana, B., 2005) ได้อธิบายความสำคัญของการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kangkra, C., Meepleum, T., 2012) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังน้อยไป แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว คือ การเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว สะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จะอยู่ที่ 850 - 1,000 บาท (ปริญา ลาปะ, 2558) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติทิวทัศน์ เหตุผลที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ในวันหยุดสุดสัปดาห์ การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬาเลือกมาที่ปาลิโอเขาใหญ่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ส่วนใหญ่เลือกมาที่สวนสัตว์นครราชสีมา พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยว

มากกว่า 6 ครั้ง/ ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/ รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หนึ่งในสามปัจจัยนั้นคือ ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การเงินและมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยว แต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาลอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและสภาพถนนทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Pimolsompong, C., 2003)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดนครพนม มีความสำคัญด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเรียกว่าเป็นหัวใจหลักของการทำงานด้านนี้เพราะบุคคลที่จะทำงานเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ลักษณะนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก ซึ่งจะทำให้ได้แนวทางในการคิดถึงเหตุผลของการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาพฤติกรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมประเพณี อาชีพ ฯลฯ ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ความแตกต่างของพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีพื้นที่ในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจงตามที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

ประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม จำนวน 905,501 คน ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุด พ.ศ. 2559 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 ถึงเดือนธันวาคม 2559 (National Statistical Office and Tourism Authority of Thailand, 2016)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของยามาเน (Yamane, T., 1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Ketasing, W., 2000)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยสอบถาม เรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม โดยมีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check List) แบ่งออกเป็น 9 ด้าน จำนวน 9 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่มา

ท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม คือ อำเภอเมืองนครพนม(วัดมหาธาตุ พิปิธภัณฑ์ จวนผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม ลานพระศรีสัชนาคราช ถนนคนเดิน วัดโอกาสศรีบัวบาน วัดศรีเทพประดิษฐาราม วัดนักบุญอันนา หนองแสง หมู่บ้านมิตรภาพไทย - เวียดนาม (บ้านท่านโฮจิมินห์) และอำเภอท่าอุเทน (พระพุทธรูปเงินปลา วัดพระธาตุโนนตาล วัดพุทธนิมิต และพระบางวัด ไตรภูมิ)

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม โดยใช้สถิติการทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square Test)

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.2 กลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 50 - 59 ปี ร้อยละ 24.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.5 มีสถานภาพสมรส/ อยู่ด้วยกันร้อยละ 63.8 ประกอบอาชีพในหน่วยงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 40.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 25.0 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 35.2 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมากับครอบครัวและญาติ ร้อยละ 54.0 ส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ร้อยละ 45.5 ใช้พาหนะประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวร้อยละ 59.5 มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว จำนวน 2,001 - 4,000 บาท ร้อยละ 31.2 มีสิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ร้อยละ 46.7 สนใจในการมาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ร้อยละ 38.2 และเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 33.8 นักท่องเที่ยวสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวการไหว้พระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ร้อยละ 65.5 และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวในวัดมหาธาตุ/ วัดโอกาสศรีบัวบาน และวัดอื่น ๆ ร้อยละ 32.5

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบไคสแควร์ ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันในบางด้าน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันในทุกด้าน ดังตารางที่ 1 โดยสรุปได้ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกัน และเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจที่สุดแตกต่างกัน
- 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทุกด้าน

3) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจแตกต่างกัน และเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจที่สุดแตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน และเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจที่สุดแตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจแตกต่างกัน และเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจที่สุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย
χ^2					
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	6.468*	64.348*	24.883*	31.126*	16.772
ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	22.734*	140.677*	82.898*	32.753*	60.183*
ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว	0.363	116.463*	23.103*	14.504	32.972*
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	19.114*	230.700*	149.125*	14.504*	143.516*
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	5.508	204.361*	133.862*	127.304*	172.760*
สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว	4.439	72.658*	44.173*	16.661	61.342*
รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ	9.624	50.747*	36.778*	28.558	34.406
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ	2.296	48.872*	10.591	20.498	49.844*
แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจที่สุด	18.367*	98.494*	64.249*	39.40*	48.576*

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม สามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sukanthasirikul, K. (2013)., & Urapradit, C. (2012) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งจะเห็นได้ว่าประชากรเพศหญิงในสังคมไทยมีจำนวนมากกว่าผู้ชาย ตลอดจนผู้หญิงมีอายุยืนกว่าผู้ชาย จึงเป็นสาเหตุทำให้มีประชากรหญิงมีอายุสูงกว่าผู้ชาย (National Statistical Office and Office of Women Affairs and Family Institute, 2008) อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ตลอดจนมีการประกอบอาชีพในหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 - 40,000 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ Ngamyinyong, N., & Silanoi, L., (2017) พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมากับครอบครัวและญาติ ส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Reawrunluaw, A. (2014), Manee-ngam, D.(2007)., Chairatana, P., & Na Thaleng, C. (2017) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ การเดินทางมากับครอบครัว มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว จำนวน 2,001-4,000 บาท ใช้พาหนะประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางและนักท่องเที่ยวสามารถแวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 60.0 นิยมที่จะเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัวโดยเฉพาะรถยนต์ มีสิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีการทำให้นักท่องเที่ยวสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น การท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา และเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวการไหว้พระธาตุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวในวัดมหาธาตุ/ วัดโกลาสศรีบัวบาน และวัดอื่น ๆ ตามความต้องการที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Techasitthanakun, K. (2006) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า มุ่งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรมในท้องถิ่น และวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้กลุ่มคนต่างถิ่นเดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมกับสิ่งที่ไม่เคยมีในท้องถิ่นของตน วัฒนธรรมของคนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นทรัพยากรในการดำเนินกิจการ ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้าน การสร้างรายได้ การจ้างงาน นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการพักผ่อน สถานที่พักผ่อน ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวและระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Pitiphat, S., Na Nong Khai, K., 2013) และซึ่งสอดคล้องกับการวิจัย Kerdmongkol, K. (2003) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคณวิทย์ทำงาน พบว่า ด้านอายุ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เดินทางโดยในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคลแบบอิสระ เลือกไปแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีครอบครัวและญาติร่วมตัดสินใจ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ควรมีป้ายบอกสถานที่ และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวตลอดตามเส้นทาง การเดินทาง รวมทั้งจัดให้มีสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจด้านสถานที่พักผ่อนที่อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาการทำประชาสัมพันธ์ และ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นการชักชวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเช่น การให้ส่วนลดสำหรับ เพื่อนหรือ ญาติที่แนะนำมาเที่ยว หรือ การมาเที่ยวแบบสะสมแต้มสำหรับสมาชิกของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน หรือจัดอาหารพิเศษหรือกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ ให้เพิ่มเติม แทนการให้ส่วนลดแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่จะเข้ามาพักค้างคืน พร้อมอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้ครบครัน จัดเตรียมแผนที่ของแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการลูกค้า มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งจำหน่ายของฝากของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจด้านการจำหน่ายของฝาก สินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้าน เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ควรมีการจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าจำนวนมากที่เดินทางท่องเที่ยว และควรคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาและเชิงวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม มีความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนควรจัดกิจกรรมการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษา อนุรักษ์ และสร้างความตระหนัก ปลุกจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

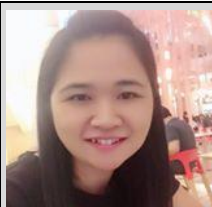
ศึกษาด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้ทราบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวด้านใด มีความพึงพอใจด้านต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนาต่อไป

References

- Athiphi, Rungrueng. (2011). *Behavior of Thai tourists visiting San Kamphaeng hot springs in Chiang Mai province*. College, Chiang Mai University. Chiang Mai.
- Chairatana, Pakamas., & Na Thalang, Chawalee. (2017). *Potential of Tourism Resources in Udon Thani Province*. Dusit College Journal 11(2), 124 - 142.
- Jittangwattana, Bunlert. (2005). *Sustainable tourism development*. 1st ed., TAT Academy, Bangkok.
- Kanchanakit, Sombat. (2001). *Recreation and tourism industry*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Kangkra, Chaninand Meepleum, Thiti. (2012). *Behavior of Visitors in Thailand to Attractions in Petchaburi Province*. Degree Bachelor of Business Administration, General Business Management. Silapakorn University.
- Kerdmongkol, Kesara. (2003). *Lifestyle, Information Seeking For Travelling, And Travel Behavior Of Working People*. Master of Communication Arts Thesis Department of Advertising Graduate Studies, Chulalongkorn University.
- Ketasing, Wichian. (2000). *Research Handbook: Practical Research*. Bangkok: Charoenphol Printing and Cover Printing Factory.
- Khemthong, Suree. (2012). *Introduction to Tourism and Tourism Industry*, 1(1). (Management Science, Sukhothai Thammathirat University, Nonthaburi).
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 2nd ed., New Jersey: Prentice-Hall.
- Manee-ngam, Doljai. (2007). *The Behaviors and Satisfaction of Tourists toward the Tourists site management in Pranakhon Si Ayutthaya Province*. Master of Business Administration Degree in General Management. Phra Nakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
- Middleton, V. T. C. (1990). *Marketing in travel and tourism* (2nd ed.). Oxford: Heinemann.

- Ministry of Tourism and Sports (2015). *Tourism Economic Report*. No. 1 July - September 2015
Bangkok: Office of the Permanent Secretary for Tourism and Sports.
- Mongkhonnavakun, Pakcharada. (2012). *Satisfaction of Thai tourist toward taling chang floating market*. Independent study (Marketing Management), Siam University, Bangkok.
- Natewong, Thitiya. (2008). *Application of geographic information system for tourism industry management in the upper central region*. Research journal 4 (1) : .74.
- National Statistical Office and Office of Women Affairs and Family Institute. (2008). *Female - Male dimension: differences on similarities*. Bangkok: Thammasat Place Co., Ltd.
- National Statistical Office and Tourism Authority of Thailand. (2013). *Survey of traveling behavior of Thai people, 2013*. Research report, National Statistical Office.
- Ngamyinyong, Nittaya., & Silanoi, La-iard. (2017). *Guidelines on Sustainable Tourism Development at The Lakha Community on The Banks of Damnoensaduak Canal in Samutsakhon and Ratchaburi Provinces*. Dusit Thani College Journal 11(1), 149 - 166.
- Parina, Iapa. (2015). *Thai Tourist Traveling Behavior in Nakhon Ratchasima Province*. Journal of Business Administration, 4(1), 30 - 45.
- Pimolsompong, Chalongsri. (2003). *Tourism marketing planning and development*. Bangkok : Faculty of Humanities, Kasetsart University.
- Pitiphat, Samart., & Na Nong Khai, Krisada. (2013). *Thai Tourist Behavior toward Visiting the Red Water Lily Lake Tourist Destination, Kumpawapee District, Udon Thani*. SDU Res. J. 9(3), 241 - 261.
- Reawrunluaw, Atip. (2014). *Thai Tourist's behavior for Visiting San Kamphaeng Hot Spring in Chiang Mai Province*, Chiang Mai University. Chiang Mai.
- Saenyot, Atinat. (2015). *Guideline on the Marketing Development for the Sustainable Tourism at TALAD KO KLOI (KO KLOI MARKET) Amphoe Muang, Changwat Rayong, Thailand*. Independent Study (Hotel and Tourism Management). University of Phayao.
- Sermasakun, Sedkit. (2004). *Thai tourists' satisfaction in Phuket Province*. Master's Degree Master of Science, Recreation Management, Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Special Economic Development Zone, Nakhon Phanom Province. (2015). Searched on 10 January 2017, from <http://www.industry.go.th/nakhonphanom/index.php/download/338-sez-nakhonphanom/file>.

- Sukanthasirikul, Kanchana . (2013). *The Quality Development of Cultural Tourism in North Eastern*. Searched on 5 May 2017, from <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/handle/123456789/6225>.
- Techasitthanakun, Kitcha. (2006). *The development of cultural tourism potential in the Mekong River, a case study of Wat Si Ubon Rattanaram, Mueang District, Ubon Ratchathani Province*. Thesis, Ubon Ratchathani University.
- Urapradit, Chuthamat. (2012). *Behavior and satisfaction of tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*. (Process research report 751409 Faculty of Economics, Chiang Mai University). Searched on 6 March 2017, from http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555_no36
- Uthayan, Chawannuch. (2008). *Tourist behavior*. (Online). Available from:<http://touristbehavior.wordpress.com>. Cited 20 October 2015.
- Watthanasakorn, Phudsadee. (2006). *The Study of Behaviors and Attitudes Exposure toward an Advertisement Through the Internet*. SDU Research Kpirna; 2(1), 3.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics an introduction analysis (2nd ed.)*. New York : Harper & Row Published.



Orathai Mooncome, Student of Ph.D. College of Management University of Phayao.



Associate Professor, Chawalee Na Thalang, College of Management University of Phayao.