

# ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 4 กุมภาพันธ์ 2562

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 16 พฤษภาคม 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 22 พฤษภาคม 2562

นริศรา บุญบุตร

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ดร.ดวงพร พุทธวงศ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองและกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (3) อิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองและกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน และพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**คำสำคัญ :** ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ศักยภาพ เมืองรอง การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวต่างชาติ

# External Environment Factors and Tourism Potential of Local Tourist Attractions in Thailand influencing Decision Making of Foreign Tourists

Received: February 4, 2019

Revised: May 16, 2019

Accepted: May 22, 2019

Naritsara Boonbutr

Graduate Students in International Business Program,  
Faculty of Business Administration,  
Rajamagala University of Technology Thanyaburi

Dr.Daungporn Puttawong

Lecturer of Management Department,  
Faculty of Business Administration,  
Rajamagala University of Technology Thanyaburi

## ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to study the relationship between external environment factors and decision making process towards travelling to local tourist sites in Thailand by foreign tourists. (2) to study the relationship between tourism potential of local tourist attractions and decision making process towards travelling to local tourist sites in Thailand by foreign tourists. (3) to study the influences of external environment factors and tourism potential of local tourist attractions to the effectiveness of decision making process towards travelling to local tourist sites in Thailand by foreign tourists. The sample size of 400 respondents is completed. The result of the study showed that external environment factors and decision making process are positively correlated to each other and statistically significant. Tourism potential of local tourist attractions and decision making process are positively correlated to each other and statistically significant. And the findings showed that external environment factors and tourism potential of local tourist attractions influencing decision making process statistically significant.

**Keywords:** External Environment Factors, Potential, Local, Decision Making, Foreign Tourists

# 1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย เป็นธุรกิจบริการที่สร้างรายได้นำเข้าเงินตราต่างประเทศอยู่ในระดับสูง มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การนำเอาทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพและกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

เมืองรองถือเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น มีประเพณี แหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรมที่งดงามตามสถานที่นั้น ๆ มีทั้งหมด 55 จังหวัด ซึ่งมีความแตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรองในปี พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวในเมืองหลักมีจำนวน 152,462,214 คน และนักท่องเที่ยวเมืองรองมีจำนวน 64,151,818 คน (Department of Tourism, 2017) คิดสัดส่วน เมืองหลักต่อเมืองรองเป็น 70:30 ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวยังไม่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังเมืองรอง ปัจจัยเหล่านั้นอาจได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี และอีกปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสถานที่โดยตรงคือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ รวมทั้งด้านการมีส่วนร่วมของเมืองรองต่าง ๆ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนลดลงร้อยละ 6.54 จากปีก่อน และเป็นการลดลงครั้งแรกในรอบ 4 ปี เนื่องจาก (1) การชุมนุมทางการเมืองที่ยืดเยื้อ ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2556 จนกระทั่งมีการประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน การประกาศกฏอัยการศึก และการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง (2) เศรษฐกิจรัสเซีย ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยุโรปที่อ่อนแอ และการอ่อนค่าของสกุลเงินกลุ่มดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยน้อยลง และ (3) การเพิ่มความเข้มงวดของมาตรการห้ามรถโดยสารที่จดทะเบียนในประเทศมาเลเซีย เดินทางออกนอกพื้นที่จังหวัดสงขลา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดหลักอันดับที่ 2 ของไทย เดินทางมาท่องเที่ยววันน้อยลง จากมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่านักท่องเที่ยวจีน และได้หวั่นเป็นเวลา 3 เดือน (9 สิงหาคม – 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557) มีการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งช่วยชดเชยการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ๆ ทำให้ภาพรวมการท่องเที่ยวของไทยปรับตัวดีขึ้น ในช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2557 (Bank of Thailand, 2017) หลังจากนั้นจนถึงปี พ.ศ. 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมค่อนข้างดี โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ แต่การเชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรอง ประเทศไทยยังคงมีภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยในด้านบวก ได้แก่ ความมีน้ำใจของผู้คน อธิปไตยไมตรีของคนท้องถิ่น การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน และการสร้างประสบการณ์ที่ดี ด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังมีภาพลักษณ์ในด้านลบ ได้แก่ ปัญหาด้านความปลอดภัย อาชญากรรม การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว จึงอาจเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น แต่แหล่งท่องเที่ยวของไทยก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวได้เลือกและตัดสินใจท่องเที่ยว

จากเหตุผลดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองรองของไทย ซึ่งพิจารณาได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง ในปี พ.ศ. 2557 เนื่องด้วยสภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และปัญหาอื่น ๆ ของประเทศ และมีจำนวน

## ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของไทย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นหลังจากปี พ.ศ. 2558 ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ จะต้องทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision Making: DM) ของ Kotler and Keller (2012, p.188) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่หนึ่ง การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal: DM\_NA) หรือการรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริงของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง ซึ่งปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุดังต่อไปนี้ เช่น สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ฯลฯ ขั้นที่สอง การค้นหาข้อมูล (Search for Information: DM\_SI) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคจึงต้องหาหนทางแก้ไข การซื้อผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากการกระตุ้นต่าง ๆ แล้วผู้บริโภคจะหาข้อมูลในตัวผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคจะเข้าไปแสวงหา ซึ่งประกอบด้วย 5 แหล่งหลักคือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งประสบการณ์ และแหล่งทดลอง ขั้นที่สาม การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative: DM\_EA) ผู้บริโภคนำข้อมูลที่รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ ขั้นที่สี่ การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision: DM\_PD) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง หลังจากมีการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่สาม จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด การตัดสินใจซื้อจึงเกิดขึ้น หลังจากประเมินทางเลือกแล้วเกิดความตั้งใจซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อ และขั้นสุดท้าย พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior: DM\_PB) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ หากเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ หากไม่ได้รับความพอใจก็อาจจะหันไปสนใจผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นแทน

### 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยในระดับมหภาค ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis: PA) โดย Johnson and Scholes's diary (as cited in Koumparoulis, 2013) กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาคขององค์กร เป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อหลายตัวแปร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับอุปสงค์ อุปทาน และค่าใช้จ่ายขององค์กร ดังนี้

1) ด้านการเมือง (Political: PA\_P) การเมืองและนโยบายของรัฐบาล ได้รับอิทธิพลมาจากภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นอิทธิพลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล จะส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากมีทั้งโอกาสและอุปสรรค

2) ด้านเศรษฐกิจ (Economic: PA\_E) ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อความง่ายและความยากลำบากของการประสบความสำเร็จ และการได้รับผลกำไรตลอดเวลา เพราะจะส่งผลทั้งความเพียงพอของต้นทุน และความต้องการ

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social-Cultural : PA\_S) สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่แคบลง ทำให้มีความต้องการและรสนิยมที่แตกต่างกันไปตามแฟชั่นและรายได้ที่มี และการเปลี่ยนแปลงโดยทั่วไป ทำให้เกิดโอกาสและอุปสรรคอื่น ๆ ได้อีก

4) ด้านเทคโนโลยี (Technological : PA\_T) เทคโนโลยีได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากวรรณกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและอุตสาหกรรมของรูปแบบที่ใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การค้นพบนวัตกรรมทางเทคโนโลยี สามารถสร้างอุตสาหกรรมใหม่ๆ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อผลิตภัณฑ์ขององค์กรที่มีอยู่แล้ว หรือบริการที่มีอยู่มากเกินไป เทคโนโลยีใหม่อาจให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ ทั้งในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ แต่ในทางกลับกัน การซื้อจะต้องใช้การจัดการเงินทุนและการฝึกอบรมพนักงานก่อน ถึงจะสามารถใช้งานได้

Siribucha (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก โดยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในระดับปานกลางและมาก และปัจจัยภายนอกนี้ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

*สมมติฐานที่ 1:* ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวคือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้น ว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ Klindlee's diary (as cited in Srirathu, 2008) สรุปการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Potential: TP) ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ที่ครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ (Area: TP\_AR) คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์โบราณ วัตถุประสงค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้ง ต้องมีปัจจัยอื่น ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความยากง่ายในการเข้าถึง เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ (Management: TP\_MG) คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ (Over Carrying Capacity) การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Activities and Process: TP\_AP) คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

## ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของไทย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

4) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (Participation: TP\_PT) คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่น มีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

วรพรรณ สังคศรี (2558) ได้ศึกษา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชน บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายนอก ด้านสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่อยู่ในด้านพื้นที่ ของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในระดับสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชน บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี และแรงจูงใจภายนอก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านคมนาคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่อยู่ในด้านการจัดการของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควร ให้ความสนใจและได้รับการพัฒนาส่งเสริม เพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้ จากการ ทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

*สมมติฐานที่ 2:* ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรอง ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

*สมมติฐานที่ 3:* ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## 3. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง เพื่อยืนยันสมมติฐานการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองรองของประเทศไทย โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรอง ในเดือนกรกฎาคม ถึงเดือน ธันวาคม ปี พ.ศ. 2560 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561) พบว่า มีจำนวน 41,147,332 คน จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane's Diary (as cited in Kijpreedaborisut, 1997, p. 70) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผู้วิจัยใช้ การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยการแบ่งประเทศไทยออกเป็นกลุ่มย่อย โดยแบ่งเป็นภาค ได้ 5 ภาค จากนั้นการสุ่มจังหวัดที่เป็นเมืองรองของแต่ละภาค โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับฉลาก (Lottery) ภาคละ 1 จังหวัด ได้ดังนี้ ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดสุโขทัย ภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดสมุทรสงคราม ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดตราด และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดตรัง โดยกำหนด จำนวนตัวอย่างจังหวัดละ 80 ตัวอย่าง จากนั้น ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จนได้กลุ่มตัวอย่าง ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งถูกประยุกต์มาจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอดีต (Sonprasom, 2014; Siribucha, 2015; Tiapai boon, 2014; Kantaputra, 2011) โดยเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้

แบบสอบถามได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ความถูกต้อง และความครอบคลุมของเนื้อหาของงานวิจัย ผู้วิจัยได้มีการแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.908 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรมีได้ดังนี้ ตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีค่าเท่ากับ 0.751 ตัวแปรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง มีค่าเท่ากับ 0.904 และตัวแปรการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเท่ากับ 0.839

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอที่เกี่ยวข้องมาใช้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้วิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เป็นไปได้สูงสุด และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เป็นค่าที่วัดความสัมพันธ์

2. วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มีต่อปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้วิธีทดสอบการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise) ที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Interval) ร้อยละ 95

## 4. ผลการศึกษา

จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ฉบับ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากจำนวนตัวแปรทำนายที่ใช้และค่า  $R^2$  ของโมเดล โดยหลังจากรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า โมเดลที่ใช้มีตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร และมีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.342

จากข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55.5) มีอายุระหว่าง 26-30 ปี (ร้อยละ 18.8) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 41) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 48.5) อาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 39) มีรายได้มากกว่า 4,001 ยูโร (ร้อยละ 36.3) มาจากประเทศสหราชอาณาจักร (ร้อยละ 26.8) และชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 35.75) ผลการศึกษาที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำเสนอตามสมมติฐาน ดังนี้

## ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของไทย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สมมติฐานที่ 2: ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
PA	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	3.824	0.481
PA_P	ด้านการเมือง	3.264	0.990
PA_E	ด้านเศรษฐกิจ	3.294	0.796
PA_S	ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4.309	0.495
PA_T	ด้านเทคโนโลยี	4.442	0.564
TP	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.970	0.550
TP_AR	ด้านพื้นที่	3.881	0.705
TP_MG	ด้านการจัดการ	3.854	0.681
TP_AP	ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	3.988	0.710
TP_PT	ด้านการมีส่วนร่วม	4.218	0.596
DM	กระบวนการตัดสินใจ	3.908	0.541
DM_NA	การรับรู้ถึงความต้องการ	4.196	0.660
DM_SI	การค้นหาข้อมูล	3.741	0.726
DM_EA	การประเมินผลทางเลือก	3.484	1.127
DM_PD	การตัดสินใจซื้อ	3.527	0.846
DM_PB	พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.593	0.545

หมายเหตุ: ระดับน้อยที่สุด = 1.00-1.80; ระดับน้อย = 1.81-2.60; ระดับปานกลาง = 2.61-3.40; ระดับมาก = 3.41-4.20; ระดับมากที่สุด = 4.21-5.00



ตารางที่ 2: การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง  
กับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

	DM	PA_P	PA_E	PA_S	PA_T	TP_AR	TP_MG	TP_AP	TP_PT	VIF
DM	1	.388**	.393**	.343**	.175**	.391**	.445**	.462**	.431**	
PA_P		1	.397**	.292**	.210**	.440**	.420**	.345**	.322**	1.474
PA_E			1	.230**	.187**	.252**	.239**	.268**	.314**	1.253
PA_S				1	.230**	.556**	.461**	.446**	.534**	1.704
PA_T					1	.306**	.141**	.266**	.264**	1.158
TP_AR						1	.505**	.515**	.474**	1.899
TP_MG							1	.548**	.555**	1.824
TP_AP								1	.651**	2.029
TP_PT									1	2.167

หมายเหตุ : N = 400; \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง และกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตามตารางที่ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.527–4.593 ซึ่งเป็นค่าระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐานการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (PA) กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (DM) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยมีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยใช้เมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ค่าสัมบูรณ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0.141 ถึง 0.651 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 0.90 นอกจากนั้น พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.158 ถึง 2.167 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรข้างต้นมีค่าไม่สูงเกินปกติ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าการศึกษานี้ จะไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และสามารถใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 3: การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตัวแปร	$\beta$	t(Sig.)
(Constant)	1.805	11.823(0.000**)
ด้านการเมือง (PA_P)	0.127	2.657(0.008**)
ด้านเศรษฐกิจ (PA_E)	0.228	5.062(0.000**)
ด้านการจัดการ (TP_MG)	0.201	3.942(0.000**)
ด้านกิจกรรมและกระบวนการ (TP_AP)	0.247	4.971(0.000**)
R <sup>2</sup>		0.342
Adjusted R <sup>2</sup>		0.336
F-value		7.057(0.008**)

หมายเหตุ: \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 แสดงถึงตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่สามารถใช้ในการทดสอบสมการเชิงเส้นตรงได้ เนื่องจากมีค่า F เท่ากับ 7.057 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีอิทธิพลเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตาม จากตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ ร้อยละ 33.60 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.441

## 5. อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและกระบวนการตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2) ความสัมพันธ์ระหว่าง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองและกระบวนการตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (3) อิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับความสัมพันธ์ปานกลางและต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองกับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรอง

เมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับความสัมพันธ์ปานกลางและต่ำเช่นกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยในการศึกษาของ Siribucha (2015) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นรายด้านพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี ระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานของปัจจัยทางการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยทางการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ทั้ง 3 ด้านนี้ ค่อนข้างส่งผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านการเมือง เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ค่อนข้างมีผลกระทบต่อความสงบของประเทศไทย ในส่วนของด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ก็เป็นตัวผลักดันการมาท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานของรัฐ และประชาชนก็ต้องช่วยกันในการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ปลอดภัย และความสะดวกสบายในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และเพื่อให้พวกเขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangadsri (2015) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจภายนอกด้านสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่อยู่ในด้านพื้นที่ของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในระดับสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี และแรงจูงใจภายนอกด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านคมนาคมซึ่งเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่อยู่ในด้านการจัดการของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทั้งสิ้น ดังนั้นหากมีการจัดการพื้นที่จัดกิจกรรมที่น่าสนใจ และมีการให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวิถีชาวบ้านด้วยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านมากขึ้น ก็จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้ ต้องปรับปรุงและพัฒนาอีกหลายแห่ง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ ก็เป็นหน้าที่ของทางภาครัฐและเอกชนที่ต้องช่วยกันพัฒนา เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตได้

## ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของไทย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ Siribucha (2015) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจและด้านเทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออก ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเหมือนกันคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ เนื่องด้วยอาจจะมีตัวแปรทางเศรษฐกิจบางตัวที่ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราเงินเฟ้อ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าตัดสินใจเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ แต่หากเศรษฐกิจดี ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ในการศึกษาของ Dabpet (2013) ได้ศึกษา การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ผลการศึกษาพบว่า องค์กรประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดพิษณุโลกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดพิษณุโลกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกคือ ด้านการคมนาคม ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านบุคลากรการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวซ้ำ พบว่าองค์กรประกอบการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งด้านการคมนาคมและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในด้านการจัดการของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญ ในการปรับปรุงและพัฒนาการคมนาคม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวอย่างสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในความปลอดภัยและหันมาท่องเที่ยวมากขึ้น ในการศึกษาของ Songsoonthornwong, Trakansiriwanich, Rattanalapho (2017) ศึกษาเกี่ยวกับ การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เมื่อพิจารณาในมิติความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยด้านพื้นที่ และด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เหมือนกันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ดังนั้นการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเข้าถึงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า เป็นต้น จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวกสบายมากขึ้น และอาจทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะบางตัวแปรเท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้ตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าจะปัจจัยสำคัญเพิ่มเติม เช่น ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากที่สุด

### 6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ส่วนใหญ่มากกว่า 4,001 ยูโร ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยสูง ดังนั้นภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะหาหนโยบายและการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว

เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักเรียน นักศึกษา เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2. การศึกษานี้สามารถประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองรอง สำหรับปัจจัยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ในด้านการจัดการ เป็นด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ทางภาครัฐและเอกชน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ควรจะเข้ามาให้ความใส่ใจในความสะดวก หรือเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นต่อไป

## REFERENCES

- Bank of Thailand. (2017). Thailand's Economic Conditions in 2014. [Data file]. Retrieved from <https://www.bot.or.th/English/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/Pages/default.aspx>
- Dabpet, S. (2013). Destination Choice between First-time and repeat tourists. *Journal of Business Administration*, 9(2), 39–59.
- Department of tourism. (2017). Tourist statistics. [Data file]. Retrieved from <http://www.tourism.go.th/view/2/Home/EN-US>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Kantaputra, S. (2011). *The factors related to consumers' decision on Eco-products purchase in Nakhon Ratchasima province*. (Master's IS). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Faculty of Business Administration, Marketing.
- Kijpreedaborisut, B. (1997). *Social sciences research methodology*. (7<sup>th</sup> ed.). Bangkok: Mahidol, Faculty of Humanities and Social Sciences.
- Koumparoulis, D.N. (2013). PEST Analysis: The case of E-shop. *International Journal of Economy*, 2(2), 31–36.
- Ministry of Tourism & Sport (2018). International Tourist Arrivals to Thailand. [Data file]. Retrieved from [https://www.mots.go.th/mots\\_en57/main.php?filename=index](https://www.mots.go.th/mots_en57/main.php?filename=index)
- Sangadsri, V. (2015). *Tourist motivations affecting decision making in cultural tourism in Bannonkhao community, Kanchanaburi province*. (Master's thesis) Chulalongkorn University, Faculty of Sport Science.
- Siribucha, S. (2015). *Factors affecting decision making process towards traveling to Thailand: a comparison between tourists from Asian and East Asian countries*. (Master's thesis) Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Faculty of Business Administration, International Business.
- Sonprasom, T. (2014). *The relationships among factors and tourism behavior in Southern Andaman coast of Thailand: a comparison between Americans and Europeans*. (Master's thesis) Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Faculty of Business Administration, International Business.
- Srirathu, V. (2008). *Eco-tourism potential of Amphoe Khao Kho, Phechabun province*. (Master's dissertation). Srinakarinwirot University, Faculty of Science, Ecotourism Planning and Management.
- Srisa-ard, B. (2010). *Introductory research*. (5<sup>th</sup> ed.). Bangkok: Suweeriyasarn.
- Songsoonthornwong, C., Trakansiriwanich, K. & Rattanalapho, T. (2017). Market promotion for Ecotourism in Thailand. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning* 7(2). 103–117.
- Tiapaiboon, P. (2014). *Potential of community based ecotourism at Hua-noun Wat community, Mea-tom Sub-district, Bangkum, Songkla province*. (Master's thesis). Songkla University, Faculty of Science, Environmental Management.