

การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว
ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
จังหวัดนครราชสีมา

A Study of the Relationships Among Potential of Tourism Components,
Satisfaction and Tourists Behavior in Khao Yai National Park,
Nakhon Ratchasima Province

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย¹, ภูวฤทธิ์ ปรีชาวุฒิตเดช² และ พิชญาภรณ์ ภูมิอินันท์³

Kittisak Klinmuenwai¹, Phuwakit Preechavuttidet², and Phitchayapron Phumaphinunt³

สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

¹Corresponding Author. E-mail: 'kittiya_kitty@hotmail.com, 'kittisak_kli@vu.ac.th

Received July 15, 2024; Revised August 9, 2024; Accepted August 22, 2024

Abstract

The objectives of this research were to study (1) the variables of tourist satisfaction with the potential of tourism components; (2) the relationship between personal factors and tourist behavior; and (3) the effect of demographics on tourist satisfaction with the potential of tourism components. This research is quantitative, using a quantitative data collection method by using a convenient sampling with a group of 400 tourists who visited Khao Yai National Park, Nakhon Ratchasima Province. The instrument for data collection was an accidental sampling analyzed by using the questionnaire, the standard deviation of frequencies, percentage, mean, and standard deviation to explain the subject personal, tourist behavior, and the satisfaction of the tourist towards tourism attraction potential. The instruments of the research are Chi-square, t-test, and One-way ANOVA analysis to test the hypothesis. The results showed that the overall satisfaction level with the potential of tourism components was high, with the highest satisfaction in attractions. According to the test of the research hypothesis gender, age, domicile, education level, and income have a relationship with the satisfaction of the tourist towards the potential of tourism components. The tourist's behavior on the side of frequency of travel, period, travel date, and

travel plan also has a relationship with the satisfaction of the tourist towards the potential of tourism components. The findings from this research can be used by relevant agencies to develop the tourism industry sustainably and more efficiently.

Keywords: tourism components; satisfaction; tourist behavior; Khao Yai National Park

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ (3) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเลือกเก็บข้อมูลแบบสะดวกกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจ ใช้ค่าสถิติ Chi-square, T-test และ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ภูมิภาค และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว และพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว วันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว และการวางแผนการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์จากการวิจัยนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: องค์ประกอบการท่องเที่ยว; ความพึงพอใจ; พฤติกรรมนักท่องเที่ยว; อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนมาจากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย นำไปสู่การจัดอันดับของสภาเศรษฐกิจโลกโดยดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวประจำปี 2566 (Travel & Tourism Competitiveness Index – TCI Report, 2023) พบว่า ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 30 ของโลก และอันดับที่ 3 ของประเทศในกลุ่มประเทศในประชาคมอาเซียน โดยมีขีดความสามารถที่สูงที่สุดคือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ (World Economic Forum, 2023) สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ปีพ.ศ. 2561-2580) ของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลายสามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันได้ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ประเทศไทยได้จัดสถานที่เพื่อเป็นพื้นที่คุ้มครองที่มีบทบาทสำคัญต่อการอนุรักษ์ระบบนิเวศต่าง ๆ โดยจัดสถานที่ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เพื่อการดูแลรักษาระบบนิเวศรวมทั้งเป็นสถานที่

สำหรับนักท่องเที่ยวในการชื่นชมธรรมชาติ และพักผ่อนหย่อนใจ และยังเป็นแหล่งรวมความหลากหลายทางพันธุกรรมตามถิ่นที่อยู่อาศัยของสภาพแวดล้อม ที่สะท้อนคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและต่างประเทศ (Department of National Parks, Wild animals and plants, 2022)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ในระยะหลังรัฐบาลจึงต้องหันมามุ่งขยายตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศอีกทางหนึ่ง ซึ่งอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีความสำคัญในระดับโลกและระดับภูมิภาคอาเซียน โดยเป็นหนึ่งในพื้นที่มรดกโลกทางธรรมชาติ (World Heritage Site) และอุทยานมรดกแห่งอาเซียน (ASEAN Heritage Park) ครอบคลุม 4 จังหวัด ประกอบด้วย สระบุรี นครราชสีมา ปราจีนบุรี และนครนายก และยังเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของไทย ที่ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2505 และได้รับสมญานามว่าเป็น “อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน” มีพื้นที่ 2,215.42 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบแล้ง ป่าดงดิบชื้น ป่าดิบเขา ทุ่งหญ้า และป่ารุ่นสอง ป่าดงดิบชื้น ลักษณะป่าชนิดนี้เป็นป่าที่อยู่ในระดับความสูง 400 – 1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีพืชพรรณ 3,000 ชนิด มีผีเสื้ออยู่กว่า 189 ชนิด มีนกป่ามากมายกว่า 350 ชนิดและสัตว์เลื้อยคลานด้วยนม 71 ชนิด ซึ่งได้แก่ ช้าง เสือ ชะนี กวาง และหมูป่า พบอยู่ตามทุ่งหญ้ากว้างทั่วไป จากการที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยในปี 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 1,486,532 คน และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ มาประกอบการพิจารณา (Khao Yai National Park, 2023) โดยได้เลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการฟื้นตัวจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (COVID-19) ในปี 2563-2564 ทำให้สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกลดลงอย่างมาก และส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง นับได้ว่าเป็นเหตุการณ์ที่ร้ายแรงที่สุดในรอบหลายทศวรรษ เมื่อเทียบกับโรคระบาดอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นตามที่แตกต่างกันทั่วโลกในช่วงระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา และเป็นอะไรที่ยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตไปในทันที เกิดเป็นความปกติรูปแบบใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งอาจเป็นสาเหตุมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และอาจเกิดจากประเด็นการจัดการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำหรือบอกต่อได้ ซึ่งภาครัฐและเอกชนได้มีมาตรการสนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองหลักสู่เมืองรองเพื่อการกระจายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนส่งผลให้รายได้จากภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญและต้องส่งเสริมและพัฒนาก่อให้เกิดอย่างต่อเนื่อง (Ministry of Tourism and Sports, 2023)

จากได้กล่าวมานี้ทำให้ผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ให้ทราบถึงข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในภาครัฐและ

ภาคเอกชน เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างเหมาะสมและเพื่อให้ได้แนวทางการปรับปรุง พัฒนา และกระตุ้นเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและประชาชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีขอบเขตในการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รวมไปถึงเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาการวิจัยนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,486,532 คน (Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation, 2023) และนำมาคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาและลงพื้นที่วิจัยในช่วง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567

ทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดเกี่ยวกับศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยว

ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยความสะดวกและเป็นสิ่งที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละที่ย่อมมีศักยภาพที่แตกต่างกัน โดยที่ Western (2008) ได้อธิบายทฤษฎี 5A's ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ว่า 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว และ 5) ที่พักแรม เป็นต้น และทางด้าน Poltanee and Boonphetkaew (2018) ได้กำหนดองค์ประกอบการท่องเที่ยวและศักยภาพการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้คือ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวต้องมีลักษณะโดดเด่นที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยด้านระยะทางในการเข้าถึง มีป้ายบอกทาง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่บริการเพื่อความสะดวกสบาย 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่หลากหลายและครอบคลุมทุกช่วงอายุ ได้อย่างหลากหลาย และ 5) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวนับว่าเป็นการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนแก่นักท่องเที่ยว สำหรับ Heritage Council of Western Australia (2022) กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปโดยประกอบด้วย 1) การเข้าถึง 2) การจัดการพื้นที่ 3) การสื่อความหมาย 4) ความแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความร่วมมือระหว่างผู้ได้รับส่วนได้ส่วนเสีย และ 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ จะต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจของสถานที่ทั้งสภาพธรรมชาติและภูมิอากาศ ประเพณีวิถีชีวิต ความสะดวกสบายของสถานที่พัก อาหาร การบริการ ความปลอดภัยในการเดินทางและความประทับใจในการต้อนรับ โดยมีปัจจัยขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านการให้บริการเสริม เป็นส่วนในการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และเหมาะสมภายใต้บริบทของพื้นที่

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นระดับของความรู้สึกของตัวบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการ และคุณภาพของงานบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนล้วนแต่มีความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปตามวัฒนธรรม สังคม และบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเอง โดยที่ Zeithaml and Bitner (2009) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการคือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยตามสถานการณ์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ เป็นต้น และด้าน Marindao (2018) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีบทสำคัญสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยความพึงพอใจนั้นเกิดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งจะได้ผลลัพธ์เป็นระดับความพึงพอใจ สำหรับ Um and Chung (2021) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ความรู้สึกของผู้รับบริการ

ต่อผู้ให้บริการ และความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวและการบริการนั้น ๆ และจะเป็นการจูงใจที่จะส่งผลถึงพฤติกรรมว่าจะใช้ หรือไม่ใช้บริการนั้นต่อไป

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการจากทั้งการบริการ หรือความประทับใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว จนเกิดเป็นทัศนคติเชิงบวกเป็นความรู้สึกพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการ หรือมาเที่ยวซ้ำ แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการก็จะกลายเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวก็จะทำให้มีการแนะนำบอกต่อนักท่องเที่ยวคนอื่นให้มาเยี่ยมชมและเกิดการกลับมาเยือนซ้ำจนไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

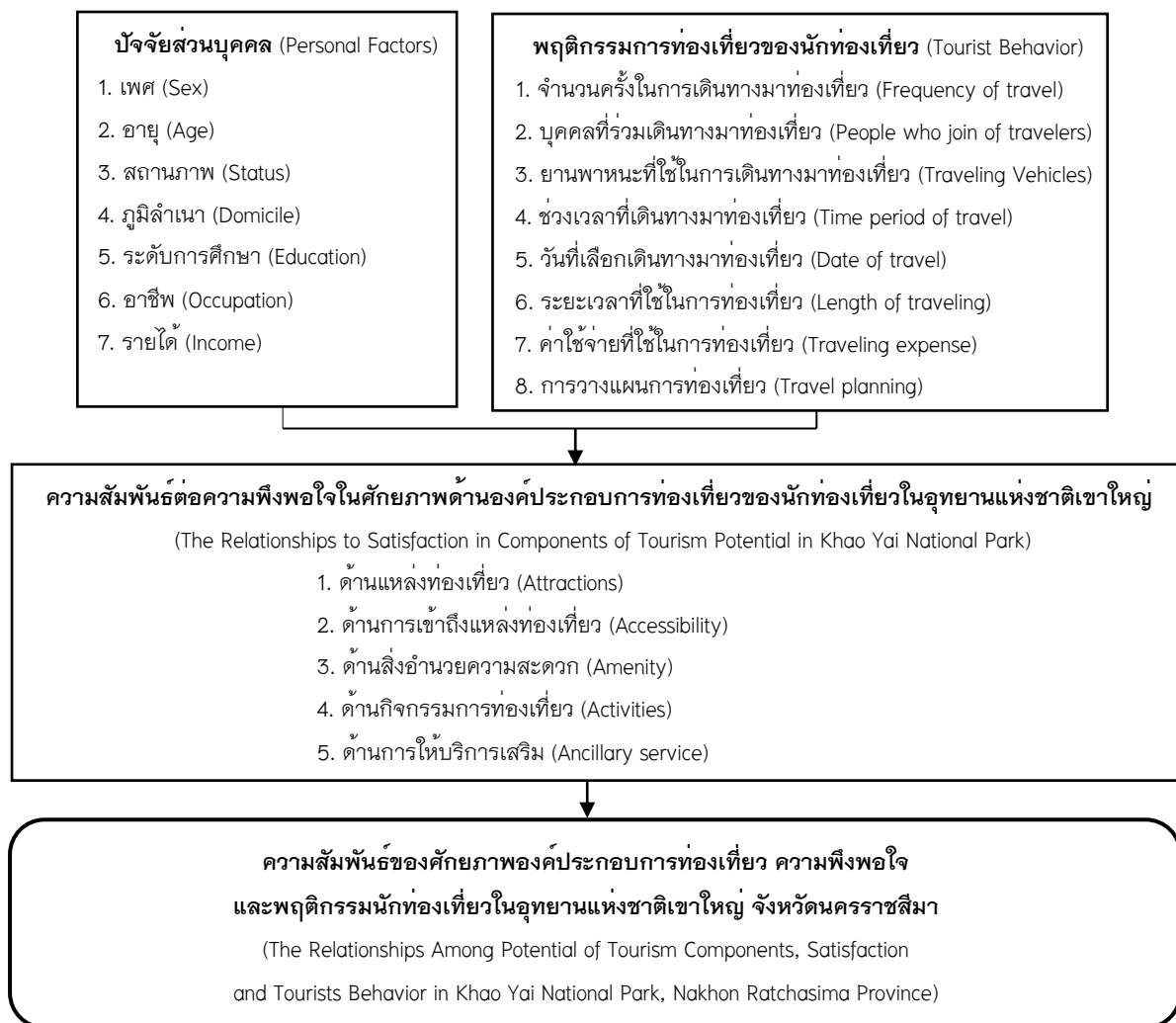
พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อากา หรือการแสดงออก กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง (Kotler et al., 2006) เช่นเดียวกับ Proirungrot (2015) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้ 1) เป้าหมาย 2) ความพร้อม 3) สถานการณ์ 4) การแปลความหมาย 5) การตอบสนอง 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา และ 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว เป็นต้น Parasakul (2017) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการตัดสินใจของแต่ละบุคคลรวมทั้งการหาข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินข้อมูลในการตัดสินใจซื้อจากการรับรู้ข้อมูลจากนั้นจะเริ่มพิจารณาความชอบหรือไม่ชอบโดยใช้ความรู้สึก ทัศนคติ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยได้รับเป็นตัวกลั่นกรองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจเป็นการแสดงออกผ่านการกระทำของนักท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรม รวมถึงการมาใช้บริการยังสถานที่นั้น ๆ โดยอาจจะเป็นด้านบวกหรือลบ และด้าน Khwantongyim et al., (2023) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้เมื่อมีการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาในการพำนัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นต้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มักเสาะหาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตน โดยใช้ เงิน เวลา และความพยายามถึงเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว

จากการทบทวนทฤษฎี วรรณกรรม และแนวคิด กล่าวโดยสรุปเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยมีปัจจัยศักยภาพองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านการให้บริการเสริม เป็นส่วนในการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และจะต้องดำเนินการให้เหมาะสมภายใต้บริบทของพื้นที่ รวมถึงมีการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความปลอดภัย และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งเป็นการช่วยแก้ปัญหาผลกระทบและเพิ่มผลประโยชน์ต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และตอบสนองความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากทั้งการบริการ หรือการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ หรือความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว จน

เกิดเป็นทัศนคติเชิงบวกเป็นความรู้สึกพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการ หรือมาเที่ยวซ้ำ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการก็จะกลายเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวก็จะทำให้มีการแนะนำบอกต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่นให้มาเยี่ยมชมและสามารถทำให้เกิดวงจรของการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการการศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

Figure 1 Research Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1) **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** การศึกษาการวิจัยนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,486,532 คน (Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation, 2023) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคำนวณจากกลุ่มประชากรโดยอ้างอิงจากข้อมูลนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในปี 2566 เพื่อคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยให้ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

2) **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** การวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้ารายละเอียดทฤษฎี หลักการ จากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งมีรายละเอียดข้อคำถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว และการวางแผนในการท่องเที่ยว จำนวน 8 ข้อ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว โดยแต่ละด้านประกอบไปด้วยข้อคำถามด้านละ 12 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยใช้การประเมินค่าตามวิธีการของ (Likert, 1967) โดยสามารถแปลผลจากค่าเฉลี่ยตามวิธีการของ (Best, 1977) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา รวมไปถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) มีค่าเท่ากับ 0.87 มากกว่า 0.50 ถือเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยการลงพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลาน และนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient

alpha) (Cronbach, 1990) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าความเชื่อมั่นที่ 0.969 โดยผลของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าที่ได้อยู่ในช่วง 0.72–0.95 ถือว่ายอมรับได้เพราะมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Nunnally, 1987)

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนดังนี้

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567 โดยได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยเป็นข้อมูลจากการที่ลงพื้นที่ในการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และจากการรวบรวมข้อมูล เอกสารวิชาการ บทความทางวิชาการ เว็บไซต์ทางสถิติ ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่มีความสำคัญ ข่าวสารที่สามารถนำมาอ้างอิงรวมทั้งจากข้อมูลที่เคยมีการตีพิมพ์แก่สาธารณชน เพื่อเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางให้แก่การวิจัยให้มีคุณภาพและข้อมูลสำคัญเชิงลึกยิ่งขึ้น

5) การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การหาจำนวนครั้ง และร้อยละ วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่าสถิติ Chi-square, t-test และ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในการศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 –30 ปี สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 – 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัว ในช่วงเวลาเดือนเมษายน – มิถุนายน ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001–10,000 บาท และมีการวางแผนการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 วัน และผลการวิจัยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.82) โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.98) รองลงมา คือ ปัจจัย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.90) ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.82) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 3.77) และปัจจัยด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.67) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานจำแนกตามสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Table 1 Results of hypothesis testing on demographic factors affecting tourist behavior of Khao Yai National Park tourists, Nakhon Ratchasima Province, Classified by tourist behavior.

	จำนวนครั้ง ในการ ท่องเที่ยว (Frequency of travel)		บุคคลที่ร่วม เดินทางมา ท่องเที่ยว (People who join of travelers)		ยานพาหนะ ที่ใช้ในการ เดินทาง (Traveling Vehicles)		ช่วงเวลา เดินทางมา ท่องเที่ยว (Time period of travel)		วันที่เดินทาง มาท่องเที่ยว (Date of travel)		ระยะเวลา ใช้ในการ ท่องเที่ยว (Length of Traveling)		ค่าใช้จ่าย ที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว (Traveling expense)		การวางแผน การท่องเที่ยว (travel planning)	
	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P
เพศ (gender)	1.48	0.481	35.28	0.000*	24.61	0.000*	4.99	0.176	13.72	0.027*	6.54	0.136	3.61	0.301	14.81	0.005*
อายุ (Age)	28.71	0.000*	27.04	0.134	27.25	0.037*	16.75	0.142	32.09	0.042*	7.46	0.816	12.7	0.391	19.34	0.289
สถานภาพ (status)	24.68	0.000*	47.9	0.000*	9.48	0.305	1.93	0.904	31.71	0.000*	2.87	0.812	13.2	0.082	11.54	0.163
ภูมิลำเนา (Domicile)	94.77	0.000*	41.21	0.217	36.06	0.117	38.46	0.015*	47.15	0.057	23.01	0.341	54.00	0.000*	36.84	0.123
ระดับการศึกษา (Education)	12.25	0.178	19.43	0.494	26.95	0.040*	29.31	0.004*	34.25	0.021*	12.46	0.408	16.68	0.206	9.68	0.881
อาชีพ (Occupation)	23.12	0.617	103.17	0.000*	45.81	0.017*	28.93	0.116	63.12	0.002*	16.36	0.759	20.82	0.47	42.33	0.041*
รายได้ (Income)	8.37	0.387	17.57	0.615	11.81	0.758	14.24	0.285	24.75	0.215	9.09	0.685	16.87	0.165	16.65	0.406

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (p-value < 0.05)

จากตารางที่ 1 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ด้วย ด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ด้านวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว และด้านการวางแผนการท่องเที่ยว

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว ด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และด้านวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

สถานภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว และวันที่เดินทาง

ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว และในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว และด้านวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว และในด้านการวางแผนการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยการทดสอบสมมติฐาน จำแนกตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

Table 2: Results of testing the hypothesis of satisfaction levels with the potential of components tourism Khao Yai National Park, Nakhon Ratchasima Province, Classified by gender of the tourist sample

ศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Potential of Components Tourism)	F	Sig.	t	df	P-value
ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)	0.23	0.65	0.29	398	0.785
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	0.73	0.41	1.28	398	0.212
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	0.55	0.47	2.57	398	0.011*
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	0.67	0.43	0.95	398	0.361
ด้านการบริการเสริม (Ancillary service)	0.71	0.40	2.17	398	0.034*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (p-value < 0.05)

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

Table 3 Results of testing the hypothesis of satisfaction levels with the potential of tourism components Khao Yai National Park Nakhon Ratchasima Province, Classified according to the demographic characteristics of the tourist sample.

	ด้านแหล่ง ท่องเที่ยว (Attractions)		ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)		ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว (Activities)		ด้านการบริการ เสริม (Ancillary service)	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
อายุ (Age)	3.33	0.011*	1.38	0.235	3.21	0.013*	4.43	0.002*	5.18	0.000*
สถานภาพ (status)	0.57	0.576	0.51	0.667	2.02	0.144	2.57	0.078	2.53	0.085
ภูมิลำเนา (Domicile)	1.78	0.091	2.45	0.018	3.33	0.002*	2.79	0.008*	2.97	0.005*
ระดับการศึกษา (Education)	2.25	0.063	1.41	0.234	1.03	0.378	3.87	0.004*	3.77	0.005*
อาชีพ (Occupation)	0.97	0.457	0.80	0.575	1.92	0.068	1.31	0.247	0.79	0.623
รายได้ (Income)	1.78	0.139	0.63	0.658	0.91	0.047	3.45	0.009*	1.91	0.112

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (p-value < 0.05)

จากตารางที่ 2 และ 3 ผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า เพศ ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าเพศหญิง

อายุ ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว

ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ใดกับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานจำแนกตามสมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

Table 4 Results of testing the hypothesis of satisfaction levels with the potential of tourism components Khao Yai National Park Nakhon Ratchasima Province classified according to the travel behavior of the sample group of tourists.

	ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)		ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)		ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)		ด้านการบริการเสริม (Ancillary service)	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (Frequency of travel)	4.66	0.010*	3.81	0.023*	9.68	0.000*	17.77	0.000*	12.53	0.000*
บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว (People who join of travelers)	1.88	0.098	1.38	0.229	1.94	0.310	1.82	0.108	2.27	0.065
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง (Traveling Vehicles)	0.58	0.668	0.18	0.943	1.13	0.351	1.57	0.182	1.8	0.107
ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว (Time period of travel)	2.53	0.054	4.36	0.005*	4.47	0.004*	3.34	0.020*	3.73	0.011*
วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว (Date of travel)	0.57	0.703	1.89	0.098	2.14	0.062	2.78	0.018*	2.37	0.037
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (Length of Traveling)	0.71	0.537	1.37	0.254	1.73	0.157	0.73	0.531	2.03	0.107
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว (Traveling expense)	0.53	0.669	0.88	0.456	0.55	0.067	0.09	0.965	0.46	0.702
การวางแผนการท่องเที่ยว (travel planning)	2.84	0.025*	2.95	0.020*	2.45	0.047*	4.12	0.003*	3.27	0.011*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (p-value < 0.05)

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว

วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

การวางแผนการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้พฤติกรรมของบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ใดกับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน

อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลตามประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว การที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด อาจเนื่องมาจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีสถานะเป็นมรดกโลกและอยู่ในเขตที่มีผืนป่าอุดมสมบูรณ์สวยงาม สภาพอากาศดีตลอดทั้งปี โดยสอดคล้องกับ Chomphoothong et al. (2022) ศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่น 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ความสะอาด ปลอดภัยของสถานที่พัก และ 4) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก และยังสอดคล้องกับ Kudchachai (2020) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนสถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับ Saraoup (2021) ศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ณ บ่อน้ำพุร้อนผาง อุทยานแห่งชาติดอยฟ้าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ในด้านเพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนผางโดยรวมอยู่ในระดับมากต่อบัณฑิตขององค์ประกอบการท่องเที่ยวทุกด้าน คือ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งดึงดูดใจ และ 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันตามลำดับสอดคล้องกับ Samsitkrai (2020) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่ พบว่า เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตามวงจรชีวิต (life cycles)

โดยที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มคนวัยเริ่มทำงานและมีรายได้ค่อนข้างมาก ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการใช้ชีวิตของตนเองเป็นหลัก เช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก และสิ่งบันเทิงต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว หรือการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยววันที่เดินทางมาท่องเที่ยว และการวางแผนการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อาจเป็นเพราะจากพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์อาจพบกับปัญหา จำนวนนักท่องเที่ยวที่แออัดจนเกินไป หรือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวซ้ำหลายครั้ง อาจไม่รู้สึกตื่นเต้นตื่นใจ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก สอดคล้องกับ Suebsri et al. (2021) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ พบว่าความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ อาชีพหลัก และประสบการณ์การเดินทางที่แตกต่างกัน จะเป็นประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว ช่วงที่เดินทางมาท่องเที่ยว และวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ Trachuwanich and Punnoi (2022) ที่ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพในบริบทประเทศไทย พบว่าพฤติกรรมการใช้จ่าย จำนวนครั้ง และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งในฝั่งพฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวิเคราะห์ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อสามารถวางแผนนโยบายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลกับความต้องการที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว

สรุปผล

จากการศึกษาการศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สามารถเดินทางไปได้ง่าย และสะดวกขึ้น และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการเดินทางระยะสั้นที่ชอบท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงนิเวศและสัตว์ป่า โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุดรองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวและสำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว วันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว และการวางแผนการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลจากการวิจัยครั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำมาปรับใช้ในการส่งเสริมและ

พัฒนาเพื่อรองรับความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม สามารถมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตสัตว์ป่าและระบบนิเวศ ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นการเพิ่มและส่งเสริมศักยภาพไปสู่ความยั่งยืน ความโดดเด่นและเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ควรมีการพัฒนาและเพิ่มระบบขนส่งสาธารณะ และพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเยือนกับจำนวนนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ควรมีการส่งเสริมพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้นและเพิ่มกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ ตลอดจนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่กำลังจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น และกลุ่มของผู้พิการที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

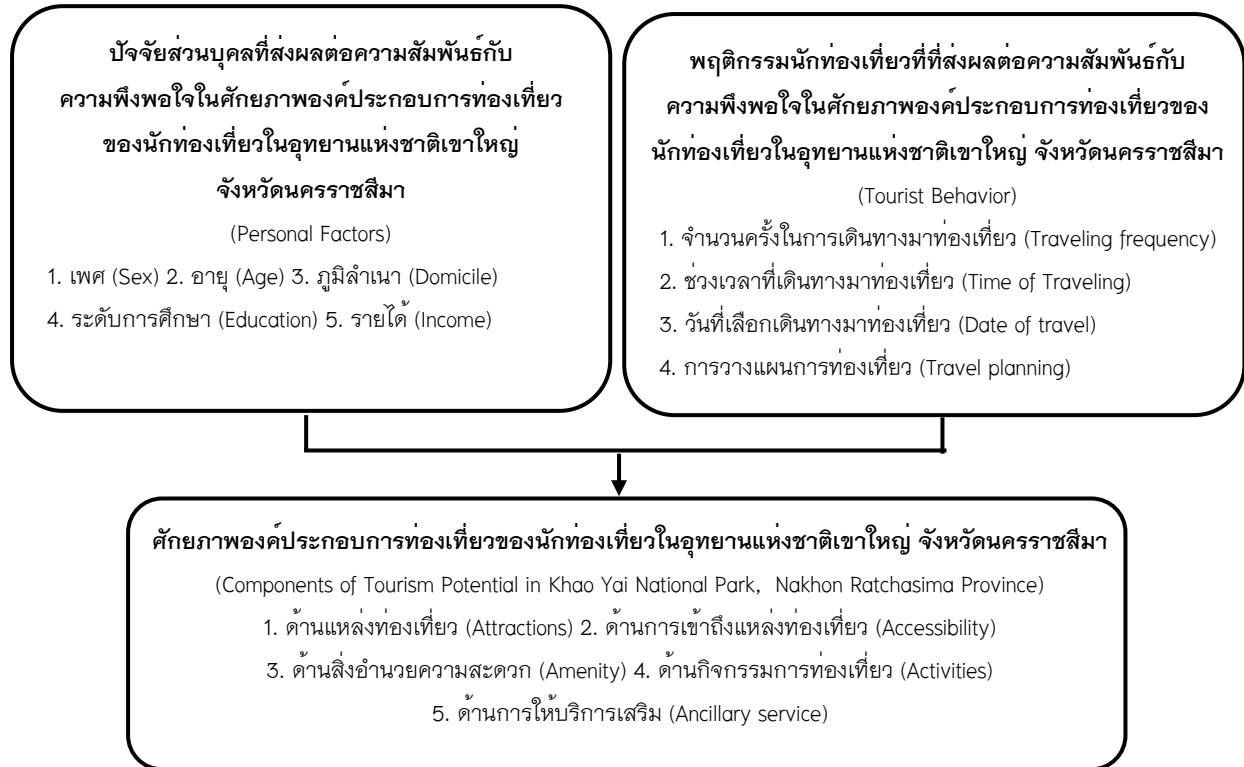
1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น อุทยานแห่งชาติทับลาน เป็นต้น เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งจะสามารถนำเอาข้อดีของแต่ละอุทยานมาเป็นกรณีศึกษาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยว

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวรวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีความสัมพันธ์กัน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาการศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผลลัพธ์จากการศึกษาจะอธิบายถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อีกทั้งยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความสะดวกสบายได้มากยิ่งขึ้น สำหรับศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) ด้านการให้บริการเสริม โดยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนในการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์และตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามความต้องการ และความพึงพอใจ เพื่อให้เกิดความประทับใจ การบอกต่อ และการกลับมาเยือนซ้ำตลอดไป ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลในการส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และสามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมรวมไปถึง

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ และตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจ เพื่อไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป โดยสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพแสดงรูปแบบความสัมพันธ์ของศักยภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

Figure 2 Image showing Model Relationships Among Potential of Tourism Components, Satisfaction and Tourists Behavior in Khao Yai National Park, Nakhon Ratchasima Province

From: The finding of this study

References

- Best, J. (1977). *Research in education*. Prentice Hall.
- Chomphoothong, P., Visessapra, P., Charoensuk, C., Swangngam, N., & Sugsamrit, J. (2022). Exploratory Factor Analysis on Tourism Attraction Affecting on Intention to Visit the Agro-Tourism in Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of Business and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 5(1), 36–52. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/view/254904>
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.

- Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (2022). *Forest resource survey report. Khao Yai National Park. Academic work group Conservation Area Administration Office 7 (Nakhon Ratchasima)*. <https://portal.dnp.go.th/p/NakhonRatchasima>
- Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (2023). *Number of tourists in national parks, fiscal year 2023*. <https://catalog.dnp.go.th/dataset/stat-tourism/resource/70ae333d-19fc-4cdb-a60c-dc43bbf74ad6>
- Heritage Council of Western Australia. (2022). *Strategic and policy documents for the Heritage Council of Western Australia. Annual Report 2022–2023*. <https://www.wa.gov.au/governen t/document-collections/heritage-council-of-western-australia-publications>
- Khao Yai National Park. (2023). *Statistics on Tourists, Elderly and Disabled People Entering Khao Yai National Park in 2022–2025*. Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation, Bangkok.
- Khwantongyim, W., Na Thalang, C., & Wongmontha, S. (2023). Behavior of Thai Tourists Visiting in Multicultural Tourism Destination in the Songkhla Province. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 4(1), 43–55. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/article/view/265680>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed.). Prentice Hall.
- Kudchachai, K. (2020). *A Study of Motivations and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Bangkachao Samut Prakan Province*[Master's thesis, Dhurakij Pundit University].
- Likert, R. (1967). *The method of constructing and attitude scale. Attitude theory and measurement*. Fishbein, Martin, Ed. Wiley & Son.
- Marinao, E. (2018). *Determinants of Satisfaction with the Tourist Destination. Mobilities, Tourism and Travel Behavior–Contexts and Boundaries*. DOI:10.5772/intechopen.70343
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Tourism Policy*. http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=5953.
- Nunnally, J. C. (1987). *Psychometric theory* (2nd ed). McGraw–Hill.
- Parasakul, L. (2017). A Comparison of the Push–factor and Pull–factor Motivations Influencing European, North and South American, and Chinese Tourists' Decisions to Visit Thailand. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences (JMSS)*, 13(1), 197–221. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/186593>
-

- Poltanee, I., & Boonphetkaew, U. (2018). A study on potential of tourist attractions on Tao Island in Surat Thani Province as a guideline to promote sustainable tourism. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts)*, 38(5), 18–39. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/152558>
- Proirungrot, R. (2015). *Tourist Behavior*. Odeonstore.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2(2), 49–60.
- Samsitkrai, C. (2020). *Consumer behavior*. Bangkok: Printing Office of Chulalongkorn University.
- Saraoup, R. (2021). *A Study of Destination Satisfaction Influencing Repeat Visitation to Fang Hot Springs Doi Pha Hom Pok National Park, Chiangmai* [Master's thesis, Dhurakij Pundit University].
- Suebsri, O. Rattana, K., & Pattaratuma, P. (2021). Tourist's Satisfaction on Nature Trail in Phu Pha Thoep National Park, Mukdahan Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Ubon Ratchathani Rajabhat University*. 13(1), 37–49. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/248825>
- Trachuwanich, P., & Punnoi, N. (2022). Tourism Behavior of Quality Tourists in Thailand. *Sarasatr*. 5(3), 97–508. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/view/259069>
- Um, T., & Chung, N. (2021). Does smart tourism technology matter? Lessons from three smart tourism cities in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 396–414. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1595691>
- Western, T. (2008). *Five A's of Toursim*. Tourism Western Australia.
- World Economic Forum. (2023). *Travel & Tourism Development Index–TTCI Report, 2023, INSIGHT REPORT MAY 2023*. In collaboration with the University of Surrey. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). Harper and Row.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). McGraw–Hill and Irwin.
-