

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

MALAYSIAN TOURISTS BEHAVIOR AND SATISFACTION OF CULTURAL TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE

สุดาพร ทองสวัสดิ์

Sudaporn Thongsawas

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Hatyai Business School, Hatyai University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ผลการวิจัยพบว่า

1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 บาท รองลงมาได้มีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองกลันตัน รองลงมามีภูมิลำเนาในเมืองเคดาร์ 2) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้วจำนวน 7-8 ครั้ง ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนในจังหวัดสงขลา 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นเงิน 2,000-3,000 บาท และนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลล่วงหน้าในการจัดงานประเพณีหรือเทศกาลต่างๆ ของจังหวัดสงขลาเพิ่มเติม 3) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในภาพรวมแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย จังหวัดสงขลา

Abstract

The research objectives were: 1) To study the privacy of Malaysian tourists traveling cultural tourism in Songkhla 2) To study the behavior of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla 3) To study the level of satisfaction of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla 4) To compare the satisfaction levels of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla by personal factors, and travel habits. The sample consisted of 400 Malaysian tourists traveling cultural tourism in Songkhla. The research instruments were questionnaires. Statistics for data analyses were frequency, percentage, mean standard deviation, t-test, and F-test. Research findings were as follows:

Most visitors are male, aged 20-30 years, followed by 31-40 years, a career as a public servant minor occupational trade / business, The average income per month during the 3,001-4,000 ringgit minor earning less than 3,000 ringgit, and domiciled in the city Kelantan. 2) Most Malaysian tourists whose main purpose in traveling to Songkhla to rest. Followed by a trip to a conference / seminar, And had been traveling in the Province of 7-8 times, ravel by van is a vehicle to travel by traveling with tour companies, Tourists traveling during the holidays, Saturday – Sunday, spent two nights camping in the Songkhla, with the cost of travel time is money 2,000-3,000 ringgit, and Visitors want dates and times in the festival. Festival of the offense more 3) The satisfaction of tourists were satisfied with the tour as a whole at a high level. However, visitors who travel behavior at different points in the average cost of leisure time. And to come back repeatedly. Satisfaction of cultural tourism in Songkhla province as a whole difference was statistically significant at the 0.05 level. Apart from that Those are personal factors including age career and hometown were satisfied in cultural tourism in Songkhla no different.

Keywords: Cultural Tourism, Malaysian Tourists, Songkhla Province

บทนำ

สงขลาเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดสมิหลา หาดสร้อยสวรรค์ น้ำตกโดนงาช้าง นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และโบราณสถาน เช่น วัดพระเจดีย์งาม วัดพะโคะ เจดีย์เขาดังกวน อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง ด้านแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสงขลา เช่น สถาบันทักษิณคดีศึกษา เกาะยอ ชุมชนสทิงหม้อ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จากสถิติการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย จำนวน 451,000 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 194,000 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2556 จังหวัดสงขลาได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 10,160 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากการที่จังหวัดสงขลา มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดมีการตื่นตัวและมีการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจห้องพัก ธุรกิจทัวร์ ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

วิถีชีวิตของคนในจังหวัดสงขลาเป็นวิถีชีวิตที่มีวัฒนธรรมและเรียบง่าย ดังจะเห็นได้ว่าหน่วยงานของรัฐบาลพยายามส่งเสริมสนับสนุนให้จังหวัดสงขลาเป็นถิ่นของวิถีชีวิตดั้งเดิมและพยายามบูรณะสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสงขลาได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนกำหนดจัดกิจกรรมเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นอันดีงาม และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีด้านท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ 1) งานสมโภชเจดีย์หลวงเขาดังกวน 2) งานเทศกาลอาหารหอย ผลไม้อร่อยและของดีเมืองใต้ 3) งานประจำปีของจังหวัดสงขลา จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ

จังหวัดสงขลาทำให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีเอกลักษณ์และมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการศึกษาในประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา แต่ยังไม่มีการศึกษาในประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาในประเด็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ศึกษาปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว และศึกษาว่าปัจจัยด้านใดที่นักท่องเที่ยวเห็นควรปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพัฒนาวางแผนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดให้เป็นที่ยอมรับหลายในวงกว้างขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถสร้างรายได้กับจังหวัดต่อไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Wade & Tavris (1998: 245) อธิบายว่า พฤติกรรม (Behavior) คือ การกระทำของคนเราที่สังเกตได้ทั้งนี้ สุขุมาลย์ หนูมาศ (2552: 68-69) ได้ให้ความเห็นว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2003: 36) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับการคาดหวัง ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็พอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และเกิดการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการดำเนินงาน เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะมาใช้บริการ มีนักวิชาการได้นำเสนอวิธีการเพิ่มคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) การเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น หมายถึง คุณประโยชน์ทั้งในด้านการใช้บริการ คุณประโยชน์เชิงอารมณ์ ความมั่นใจ หรือบุคลิกภาพที่สะท้อนมาจากการใช้บริการนั้นๆ

2) การลดต้นทุนให้ผู้มาใช้บริการ หมายถึง การจ่ายเงินในราคาที่ลดลงของการมาใช้บริการนั่นเอง และที่สำคัญการลดต้นทุนดังกล่าวนี้ต้องไม่ทำให้คุณภาพหรือคุณประโยชน์ของบริการลดลง

ในการให้บริการหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการรับบริการก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ หรือการใช้บริการซ้ำ โดย Kim et al. (2012: 374) ได้อธิบายการซื้อซ้ำไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาจากการเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และให้การบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของผู้บริโภคเองเป็นหลัก

รุ่งกาญจน์ แสงหาญ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในขณะที่การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะทางในการท่องเที่ยว การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

กัลยาณี ทองงาม (2553: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ และทวีป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุในช่วง 31-45 ปี และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกับช่วงอายุ 46-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีทวีปต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีทวีปต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรพร ฉายกั (2556: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน 3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน 4) นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่มีสถานภาพทางสัญชาติต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แคทรียา ปันทะนะ (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวด้านสถานที่จัดงานด้านความสะดวกในการเดินทาง/ท่องเที่ยว และด้านราคาตามลำดับ โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ายาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนกอายุมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษานี้มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน
- 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา” ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1) ด้านพื้นที่

การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสำรวจพื้นที่อำเภอภายในจังหวัดสงขลาที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพบว่า มี 13 อำเภอ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยได้ขอข้อมูลของ

มัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวชั้นนำในจังหวัดสงขลา โดยการคัดเลือกมัคคุเทศก์และใช้วิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball techniques) ซึ่งจากการใช้วิธีนี้ได้มีการเสนอชื่อมัคคุเทศก์ซ้ำๆ กัน เป็นจำนวน 4 คน ผู้วิจัยจึงได้สอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าพื้นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 แหล่งด้วยกัน ได้แก่ เขาตังกวน ย่านเมืองเก่าสงขลา ตลาดน้ำคลองแดน ตลาดน้ำคลองแห วัดถาวร (วัดจีน) พระมหาธาตุเจดีย์ไตรภพ

2) ประชากรและวิธีสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางทายโร ยามาเน่ ในกรณีที่มีขนาดประชากรมากกว่า 100,000 คน (วรรณิ แกมเกตุ, 2551: 283) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มี 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ซึ่งตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ซึ่งตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา เป็นลักษณะมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของหน่วยงานรัฐ ด้านการต้อนรับของประชาชนในท้องถิ่น และด้านความเหมาะสมของร้านค้า/ร้านอาหาร และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

4) วิธีสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเป็นดังนี้ 1) ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้ นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา 2) ทำการร่างแบบสอบถาม ให้ความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์ การวิจัย 3) สร้างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 สำหรับ นำไปสร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุง แก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) โดยทำการ ทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมา ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่วัดหาดใหญ่ในจำนวน 30 ชุด 5) ทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าระดับ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.88 และ 6) การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเองด้วยการ เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป การสุ่มตัวอย่างสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดย แบบสอบถามเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยจะคำนึงถึงสัดส่วนของ กลุ่มตัวอย่างในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเก็บข้อมูล นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวละเท่าๆ กันคือ $400/6 = 66.66$ หรือประมาณ 66-67 คนต่อแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ สำหรับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มี การเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

5) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test, F-test เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองกลันตัน รองลงมาภูมิลำเนาในเมืองเคดาร์

2) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้วจำนวน 7-8 ครั้ง ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางโดยเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยพักแรมเป็นเวลา 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นเงิน 2,001-3,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มเติมในด้านวัน/เวลาของการจัดงานประเพณีหรือเทศกาล และต้องการไปท่องเที่ยวที่พระมหาธาตุเจดีย์ไตรภพ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความประสงค์ต้องการจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอนในอนาคต

3) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การต้อนรับของประชาชนในท้องถิ่นโดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจนั้นเกิดจากประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาให้การต้อนรับที่ดีเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสในการต้อนรับ รองลงมานักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านร้านค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากในด้านนี้ ได้แก่ ร้านค้าร้านอาหาร มีเพียงพอต่อความต้องการ และร้านค้าร้านอาหาร มีความสะอาด อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก เช่น ความสะอาดของบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และความเพียงพอของสถานที่จอดรถ เป็นต้น

4) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ด้านการต้อนรับของประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนของการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในประเด็นวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการเพิ่มเติม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ที่ต้องการไปมากที่สุด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชยธาราราม จังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของแคทรียา ปันทะนะ และคณะ (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ผลการวิจัยนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันในประเด็นวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการเพิ่มเติม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ที่ต้องการไปมากที่สุด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่มีความต้องการจะมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคตย่อมมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ จังหวัดสงขลา ในการมาท่องเที่ยวในครั้งแรก มีความประทับใจ และมีความเชื่อมั่นในการให้บริการ ดังนั้น จึงเกิดความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อซ้ำ ดังที่ Kim et al. (2012: 374) ได้อธิบายการตั้งใจซื้อซ้ำไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการของผู้บริโภคกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายเดิมที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ อันเป็นผลเนื่องมาจากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการครั้งที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

1) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของภาครัฐน้อยที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ น้อยที่สุด ทั้งนี้ผลการวิจัยยังคงสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เสนอแนะว่า ควรมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มจำนวนห้องละหมาดให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และควรมีเจ้าหน้าที่ของรัฐที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อยู่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสามารถให้คำแนะนำ หรือให้ความรู้เพิ่มเติมกับนักท่องเที่ยวได้ จากข้อมูลเหล่านี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงเพื่อก่อให้เกิดการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นได้ในอนาคต

2) จากผลการวิจัยในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งจากประเด็นนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สามารถนำมาวางแผนการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งอาจส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเท่านั้น ควรศึกษาเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น

2) ควรมีการศึกษาในประเด็นเปรียบเทียบความคาดหวังและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

References

- Chayki, W. (2013). *Satisfaction of foreign tourists who visit the Sukhothai Historical Park. Sukhothai*. Master of Science thesis, Srinakharinwirot University. [in Thai].
- Gamgate, W. (2008). *Research Methodology in Social Sciences* (2nd ed.). Bangkok: Printing of Chulalongkorn University. [in Thai].
- Ha-numas, S. (2009). *The motivation of tourists in Thailand temple Wat Phra Mahathat, case studies and museum district, Nakhon Si Thammarat*. Master of Art thesis, Naresuan University. [in Thai]
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J. & Kim, J. (2012). Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce. Research and Applications*, 11(4), 374-387.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Statistical information on tourism*. Retrieved May 13, 2015, from <http://mots.go.th> [in Thai]
- Pantana, K. et al. (2015). *The satisfaction of tourists on Doi Inthanon National Park*. Research, Rajamangala University of Technology Lanna. [in Thai].
- Royal Academy. (1992). *Dictionary of Honor 1987*. Bangkok: Aksornjaroentad. [in Thai]
- Sa-vangkarn, R. (2008). *Factors that decision and the satisfaction of the tourists are. On tour case study of chaiyo temple Ang Thong Province*. Research, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Thongngam, K. (2010). *Satisfaction of foreign visitors to the Sukhothai Historical Park tour. Sukhothai*. Master of Science thesis, Srinakharinwirot University. [in Thai]

Tourism Authority of Thailand. (2016). *Pocket Guide Songkhla*. Retrieved July 5, 2016, from <http://thai.tourismthailand.org> [in Thai]

Wade, C. & Tavis, C. (1998). *Psychology* (5th ed.). New York: Longman.



Name and Surname: Sudaporn Thongsawad

Highest Education: Master of Business Administration,
Ramkhamhaeng University

University or Agency: Hatyai University

Field of Expertise: Business Management

Address: 125/502 Hatyai University, Polpichai Rd., Hatyai, Songkhla
90110