

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม มิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา*

TOURIST BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI MILLENNIAL TOURISTS TO THE TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE

กมลชนก ขุนพระบาท¹, นुरुลฮุดา ล่องสว่าง² และ เสวตฉัตร นาคะชาต³

Kamonchanok Khunprabaht¹, Nurunhuda Lungswang² and Sawettachat Nakachat³

¹⁻³มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹⁻³Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Corresponding Author's Email: Kamonchanok54510@gmail.com

วันที่รับบทความ : 20 พฤษภาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 20 มิถุนายน 2567; วันตอบรับบทความ : 27 มิถุนายน 2567

Received 20 May 2024; Revised 20 June 2024; Accepted 27 June 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา คำนวณเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย วัตถุประสงค์คือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกใน

Citation:



* กมลชนก ขุนพระบาท, นुरुลฮุดา ล่องสว่าง และ เสวตฉัตร นาคะชาต. (2567). เน็ตไอดอลกับกลวิธีการนำเสนอสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่าน TikTok. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 1(3), 1-14.

Kamonchanok Khunprabaht, Nurunhuda Lungswang and Sawettachat Nakachat. (2024). Tourist Behavior and Satisfaction of Thai Millennial Tourists to the Tourism In Songkhla Province. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 1-14.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.11>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

ครอบครัว เดินทางมาวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ติดต่อซื้อ โดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=0.74) รองลงมาคือกิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.76) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D.=0.83) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.30$, S.D.=0.43) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$, S.D.=0.22) ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

Abstract

This research aims to study 1) the travel behavior of Thai Millennial tourists towards tourism in Songkhla Province. and 2) satisfaction of Thai Millennial tourists with tourism in Songkhla province. It is a quantitative research ; simple random sampling was used 385 people. A questionnaire was used as a tool to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics by calculated as percentage, mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.).

The results of the research found that: 1) The behavior of Thai Millennial tourists towards tourism in Songkhla Province: Most of them traveled with their families. Because there are many beautiful and diverse natural tourist attractions, the purpose is to relax, people involved in purchasing decisions are family members, traveling on holiday Saturday-Sunday, have a passion for natural tourist attractions, contact to purchase directly with tourist attractions. 2) The satisfaction of Thai Millennial tourists with tourism in Songkhla Province found that the tourists had the highest level of satisfaction with tourist attractions ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=0.74), followed by tourism and recreational activities at a high level ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.76), Having accommodations to accommodate tourists ($\bar{X} = 4.41$, S.D.=0.83), Total miscellaneous services provided to tourists

(\bar{X} = 4.30, S.D.=0.43) and accessibility to tourist attractions (\bar{X} = 4.25, S.D.=0.22) respectively.

Keywords: Tourist Behavior, Satisfaction, Millennial Tourists, Tourist

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวนับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจไทย ในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัวจากปีที่ผ่านมา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขยายตัวร้อยละ 154.40 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ขยายตัวร้อยละ 22.59 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่งผลให้รายได้จากภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) จากการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ สำหรับการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญและใช้จ่ายกับประสบการณ์มากกว่าการซื้อสินค้าที่จับต้องได้ ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567)

จากข้อมูลการจัดลำดับ (Ranking) จากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการจัดลำดับ 10 ลำดับจังหวัดภาคใต้ที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยมากที่สุด ปี 2566 พบว่า จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้มากที่สุดเป็นลำดับ 1 คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 4,599,013 คน รองลงมาอันดับ 2 คือ นครศรีธรรมราช จำนวน 3,974,291 คน รองลงมาอันดับที่ 3 คือ ภูเก็ต จำนวน 2,924,034 คน รองลงมาลำดับที่ 4 คือ สงขลา จำนวน 2,591,867 คน และรองลงมาอันดับที่ 5 จังหวัดกระบี่ จำนวน 2,102,059 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

จากการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสนใจพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ได้แก่ หมู่บ้าน OTOP นวัตวิถีบ้านเลียบ อำเภอสติงพระ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเตยปาหนัน อำเภอบางกล่ำ การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง ได้แก่ ลิงค์ อำเภอจะนะ เขาคูหา อำเภอรัตนภูมิ ควนทรนฮิลล์ อำเภอนาทวี ทัพปาลา อำเภอเมืองสงขลา และแก่งล่องบาไทย อำเภอสะบ้าย้อย

ส่วนในการเลือกพักผ่อนแบบทางเลือกในจังหวัดสงขลา ได้แก่ นอนรถบ้านริมทะเล หาด สะกอม อำเภอเทพา นอนเต็นท์กระโจมที่แคมป์ภูทักฟ้า อำเภอรัตภูมิ และที่พักสไตล์เด้นท์ โดมสามารถดูหมอกและดวงอาทิตย์ตกที่คานหลาว อำเภอหาดใหญ่

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม มิลเลนเนียลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2559) ได้อธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น ทั้งทางเครื่องบิน รถยนต์และเรือ ที่จะอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ เป็นต้น 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นประเด็นหลักที่ทำให้คนออกมาเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ทางธรรมชาติที่มีจุดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผาจำลอง การดำน้ำ รวมไปถึงการได้ทำกิจกรรมกับคนในชุมชนท้องถิ่น เช่น การดำนา และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ

เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาลไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้าขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

จากการทบทวนเอกสารองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) และบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) ผู้วิจัยคำนึงและใช้หลักการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนี้เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2567) ได้กล่าวว่า กลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2543 มีอายุ 24 - 44 ปี ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบวางแผนเส้นทางการเดินทางด้วยตนเองและเดินทางโดยอิสระมากกว่าที่จะอาศัยคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยวหรือเข้าร่วมทัวร์แพ็คเกจหรือการเดินทางแบบกลุ่ม 2) การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง (Off-the-beaten-track Tourism) นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทางที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่น แต่จะเน้นไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีคนน้อย เพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง 3) การเลือกพักผ่อนแบบทางเลือก (Alternative Accommodation) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกที่พักรูปแบบที่แปลกประหลาดก็ต่อเมื่อไม่ใช่โรงแรมแบบดั้งเดิม อาทิ บ้านพักตากอากาศ โฮสเทล เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ โดยจะเน้นที่พักที่มีพื้นที่และความเป็นส่วนตัวมากขึ้น สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงมีโอกาสเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ และ 4) ใช้ดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Fully Digital Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลออกแบบการเดินทางทั้งหมดผ่านระบบดิจิทัลและมีมือถือ

จากการทบทวนเอกสารพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ทำให้ผู้วิจัยทราบแนวโน้มของพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวมิลเลนเนียลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดย

ผู้วิจัยใช้แนวคิดนี้ในการจำแนกสถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) ได้กล่าวว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎี 6W1H มีรายละเอียดดังนี้ 1) ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คือ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมการบริโภค 2) ลูกค้าซื้ออะไร (What does the customer buy?) คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการซื้อ (Objectives) ได้แก่ สินค้าและบริการ คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 3) ทำไมลูกค้าต้องซื้อ (Why does the customer buy?) คือ วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะ บุคคล 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participate in the buying?) คือ บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ 5) ลูกค้าซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) คือ โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปีท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง 6) ลูกค้าซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) คือ แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlet) เช่น สำนักงานตัวแทน จำหน่าย และ 7) ลูกค้าซื้ออย่างไร (How does the customer know?) คือ ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกหลังการซื้อ

จากการทบทวนเอกสารหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎี 6W1H ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้วิเคราะห์ได้ทราบประเภท ลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้หลักเกณฑ์นี้ในการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว จนถึงหลังเดินทางท่องเที่ยวแล้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) พื้นที่วิจัยคือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรจึงใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ (Cochran, 1953 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ และกมลพรรณ ไกยวรรณ, 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลจำนวน 385 คน และใช้วิธีจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลในการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎี 6W1H (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2557) ส่วนที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎี 5A's (พยอม ธรรมบุตร, 2559) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ โดยได้กำหนดระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าของครอนบาช (Cronbach) เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 รวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนพฤษภาคม 2567 – เดือนกรกฎาคม 2567 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 24 - 28 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,000 - 15,000 บาท ศาสนาพุทธ ภูมิลำเนาภาคใต้ เดินทางมากับครอบครัว ยานพาหนะที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว

1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 45.19 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปคือหาดม่วงงาม ร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ร้านอาหารที่นิยมคือร้านมหัศจรรย์เกาะยอ ที่พักที่นิยมคือสบายดีริมคลองบาโฮย เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพราะจังหวัดสงขลามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในคือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกในครอบครัว เดินทางมาวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ติดต่อโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานประกอบการ ค้นหาข้อมูลจาก Social Media เช่น Tiktok Facebook Instagram นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับมาก

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.25	0.79	มาก
- การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)	4.41	0.83	มาก
- แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	4.55	0.74	มากที่สุด
- กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)	4.47	0.76	มาก
- บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)	4.30	0.87	มาก
รวม	4.40	0.80	มาก

จากผลการศึกษาภาพรวมในตารางที่ 1 สามารถแสดงผลการศึกษาในประเด็นย่อยได้ ดังนี้

2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ตาราง 2 ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- สภาพถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก/ เข้าถึงง่าย	4.45	0.63	มาก
- มีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเพียงพอ	4.15	0.72	มาก
- มีบริการรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก	3.94	1.12	มาก
- มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอยู่ในระยะไม่ไกล	4.49	0.87	มาก
- การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.25	0.63	มาก
รวม	4.25	0.79	มาก

2.2 การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)

ตาราง 2 ความพึงพอใจด้านการมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- มีที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	4.54	0.80	มากที่สุด
- มีที่พักแรมให้เลือกหลากหลาย	4.38	0.81	มาก
- ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	4.22	1.72	มาก
- สามารถเข้าถึงที่พักได้ง่าย	4.24	0.68	มาก
- มีการแจ้งถึงข้อมูลข่าวสารที่พักหลากหลายช่องทาง	4.28	0.61	มาก
- ที่พักมีความสะอาด	4.62	0.58	มากที่สุด
- ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	4.58	0.63	มากที่สุด
รวม	4.41	0.83	มาก

2.3 แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ตาราง 3 ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.71	0.56	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.64	0.57	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.34	1.57	มาก
- ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกทำที่หลากหลาย	4.22	0.65	มาก
- แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี	4.68	0.54	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ตื่น่าพักผ่อน	4.71	0.52	มากที่สุด
รวม	4.55	0.74	มากที่สุด

2.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)

ตาราง 4 ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.36	0.57	มาก
- ลักษณะหรือวิธีการการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.28	0.59	มาก
- การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้/ควบคุมอย่างเพียงพอ	4.19	1.60	มาก
- ท่านได้รับความรู้/ประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดี	4.37	0.62	มาก
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยวตรงกับความคาดหวัง	4.42	0.59	มาก
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผ่อนคลาย สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	4.62	0.61	มากที่สุด
รวม	4.47	0.76	มาก

2.5 บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)

ตาราง 5 ความพึงพอใจด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)

รายละเอียด	\bar{x}	S.D	แปลผล
- มีร้านอาหารรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	4.45	0.77	มาก
- มีสถานีบริการน้ำมันให้บริการเพียงพอ	4.23	0.77	มาก
- มีร้านขายของฝากอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	1.71	มาก
- มีห้องสุขาบริการที่สะอาดและเพียงพอ	4.23	0.64	มาก
- บริเวณใกล้เคียงมีสถานพยาบาลเพียงพอ	4.22	0.77	มาก
- มีบริการที่พักรวมใกล้แหล่งท่องเที่ยวและเพียงพอ	4.30	0.71	มาก
- มีป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม	4.56	0.74	มากที่สุด
รวม	4.30	0.87	มาก

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 24 - 28 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,000 - 15,000 บาท ศาสนาพุทธ มีภูมิลำเนาจากภาคใต้ ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเพราะจังหวัดสงขลา มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกในครอบครัว สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ติดต่อโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานประกอบการ ผลงานวิจัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของภคมน หงส์คู่ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,001 - 20,000 บาท ศาสนาพุทธ ภูมิลำเนาภาคใต้ เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-5 คน รู้จักสถานที่เมืองเก่าจังหวัดสงขลาจากช่องทางสื่อออนไลน์

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยว การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นระดับมาก บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับมาก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมีความคิดเห็นระดับมาก ตามลำดับ ผลงานวิจัยจะสอดคล้องกับผลงานวิจัยของทักษญา เปรมชุตีวัต (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องของความสวยงามมากที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจที่รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องจำนวนร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีอย่าง และโดยในภาพรวมความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อบุคคลอื่นมากที่สุด

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ และได้ลงมือทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ชื่นชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงตามรอยโซเซียลมีเดียต่าง ๆ คำนึงถึงความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวไม่ไกลเกินไป เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีที่พักที่เข้าถึงง่ายและไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งชื่นชอบในการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นั้นได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ในหลายมิติ เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการเดินทางและสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการเยือนจังหวัดสงขลา ในส่วนข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะ

เชิงนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดทำ QR Code แหล่งท่องเที่ยวที่ปัก ร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดสงขลาจังหวัดสงขลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้น 2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1) ควรออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้โดดเด่นมากขึ้นให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล 2) ควรมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติหาจุดเด่นของจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *แนวโน้มของกลุ่มลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี 2567 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยไตรมาส*. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2567, 2 กุมภาพันธ์). *สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2556P*. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=920099806563705&id=1000569108100056910823638&set=a.704981034742251>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *What's Next for Millennial Travellers*. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2567 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/whats-next-for-millennial-travellers/>

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2557). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พยอม ธรรมบุตร. (2559). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ยุทธ ไกยวรรณ และกมลพรรณ ไกยวรรณ. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการโรงแรมและการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัศวิน แสงพิบูล. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.