

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การมาเยือนสกายวอล์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

Tourist Attraction Components Influencing Travel Decision Making among Thai Tourists Visit Sky Walk Kanchanaburi, Mueang District, Kanchanaburi Province

วิภาดา ภิญโญ

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ, wipha@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) วิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจ (3) เปรียบเทียบการรับรู้และพฤติกรรมการตัดสินใจระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน และ (4) ระบุองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเยือนสกายวอล์คอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ความสำคัญของการวิจัยนี้อยู่ที่บทบาทที่เพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวภายในประเทศในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดจนความจำเป็นในการมีข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น สกายวอล์ค จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 417 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่ไม่ทราบจำนวน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) สถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบ t-test และ ANOVA แบบทางเดียว) การเปรียบเทียบรายคู่ด้วย LSD และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อตรวจสอบตัวแปรที่ส่งอิทธิพล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพในภาคเอกชนหรือฟรีแลนซ์ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 ถึง 30,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเยือนสกายวอล์ค 1-2 ครั้ง ได้รับข้อมูลผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และมีถิ่นพำนักอยู่ในภาคกลางของประเทศไทย โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวแสดงความเห็นด้วยในระดับสูงมากต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ และมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวสกายวอล์คอย่างชัดเจน การทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ยังพบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษานี้ให้ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วางแผนด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นในการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวและยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

คำหลัก: องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว, การตัดสินใจเดินทาง, สกายวอล์ค

Abstract

This study aims to (1) examine the demographic characteristics of Thai tourists, (2) analyze their perceptions of tourist attraction components and decision-making processes, (3) compare these perceptions and decision-making behaviors across different demographic groups, and (4) identify the components of tourist attractions that significantly influence the decision-making of Thai tourists visiting the Skywalk in Mueang Kanchan District, Kanchanaburi Province. This research is justified by the growing importance of domestic tourism in Thailand and the need for empirical data to guide the development and promotion of emerging attractions such as the Skywalk in Kanchanaburi. The research sample comprised 417 Thai tourists selected through accidental sampling, with the sample size determined using a formula for an unknown population. Data were collected using a structured questionnaire, and analyzed using descriptive statistics (percentage, mean, and standard deviation), inferential statistics (t-test and one-way ANOVA), LSD for post hoc comparisons, and multiple regression analysis to assess influencing factors.

The results revealed that the majority of respondents were female, aged 31–40 years, held a bachelor's degree, and were primarily employed in the private sector or as freelancers, with an average monthly income ranging from 10,000 to 30,000 baht. Most tourists had visited the Skywalk 1–2 times, accessed information primarily via online social media, and resided in the central region of Thailand. Overall, respondents expressed a very high level of agreement with the identified components of tourist attractions and demonstrated a strong intention to visit the Skywalk. Hypothesis testing indicated statistically significant differences in perceptions and decision-making based on demographic characteristics. Furthermore, the components of tourist attractions were found to significantly influence tourist decision-making at the 0.05 level. The findings contribute valuable insights for tourism planners and local authorities seeking to enhance destination competitiveness and visitor satisfaction

Keywords: Attraction, Decision, Sky Walk

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกปีละหลายล้านคน เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศที่หลากหลายทั้ง ภูเขา ดอย ที่ราบสูงในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ น้ำตก แม่น้ำ แก่ง ต่างๆ ในภาคตะวันตกและภาคกลางรวมไปถึงชายฝั่งทะเลและเกาะที่สวยงามติดอันดับโลก ในภาคตะวันออกและภาคใต้ อีกทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละ

ละภาค ล้วนแต่เป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งสิ้น และเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐบาลและภาคเอกชนเสมอมา ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยก็มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดกาญจนบุรีนับว่าเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลางของประเทศไทย และมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากว่าเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกไทรโยค เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร เป็นต้น นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายแล้วยังมีกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้เช่น การล่องแพ การขี่ช้าง เป็นต้น และในปัจจุบันยังมีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ สกายวอล์คเมืองกาญจน์ ถือเป็นแลนด์มาร์คแห่งใหม่ของเมืองกาญจน์ก็ได้ เป็นจุดชมวิวริมแม่น้ำแคว ที่ชมวิวได้รอบทิศทาง เห็นชุมชน แพริมน้ำ ในปัจจุบันนี้กลายเป็นที่ที่เหยียดฮิตที่ใครหลายคนต่างก็พามาชมบรรยากาศทั้งธรรมชาติ วิถีแม่น้ำที่มีการรวมตัวของแม่น้ำ 3 สาย จุดเด่นของสกายวอล์คสองแคว คือ สามารถมองเห็นวิวริมแม่น้ำแควบนความสูงถึง 12 เมตร วัดจากพื้นถนน โดยมีความยาว 150 เมตร มีความพิเศษตรงที่ตัวพื้นของสกายวอล์คสองแคว กาญจนบุรี ทำจากกระจกที่มีความใส แต่แข็งแรง เวลาเดินสามารถมองเห็นแม่น้ำที่อยู่ด้านล่าง สร้างความหวาดเสียวและตื่นเต้นให้กับผู้มาเยือนทุกคนได้เป็นอย่างดี ภายใต้วิสัยทัศน์ของจังหวัดการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการตลาดสินค้าภาคเกษตร อุตสาหกรรมปลอดภัย การท่องเที่ยวคุณภาพและสนับสนุนการค้าผ่านแดนในเขตภาคตะวันตกส่งผลให้เกิดการพัฒนาเพื่อรองรับเศรษฐกิจใหม่ในภูมิภาคตะวันตก และสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องด้วยมีพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก และอยู่ห่างไกลกันส่งผลให้งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีจำกัด หลายแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่นักท่องเที่ยวเคยมา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเยือนซ้ำ มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด หลายธุรกิจขาดรายได้ หยุดให้บริการ และหลายกิจการปิดตัวลง ตลอดจนหลายแหล่งท่องเที่ยวไม่อนุญาตให้เข้าใช้บริการ เช่น อุทยานแห่งชาติฯ ซึ่งเป็นรายได้หลักของจังหวัด อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

เนื่องจากว่าแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์คเมืองกาญจน์เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และเพิ่งพบว่านักท่องเที่ยวยังไม่เข้าใจถึงขั้นตอนในการเข้าชมสกายวอล์ค และยังขาดการประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการเข้าชม จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนไม่เข้าใจ ถึงวิธีการให้บริการ หากนำเอาวิธีการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนจะสร้างความเชื่อมั่นในการวางแผนชุมชนและสร้างความพร้อมของชุมชนในการท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอล์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ในการทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยทำการสำรวจองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำผลที่ได้มาวางแผนแก้ปัญหาการตัดสินใจมาเยือนสกายวอล์คเมืองกาญจน์ อย่างมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาทำกิจกรรม เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและนำมากำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์คเมืองกาญจน์ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดย

สอดคล้องกับ ความต้องการของประชาชน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว
แห่งนี้ต่อไปเป็นการบรรยายถึงความเป็นมาของปัญหาของงานวิจัยในที่ทำให้ผู้วิจัย สนใจทำวิจัยเรื่องนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมือง
กาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามลักษณะ
ประชากรศาสตร์
4. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ
มาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือน
สกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. ทราบถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมา
เยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
3. สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวสกายวอร์คเมือง
กาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ไว้ว่า การท่องเที่ยว
มีความหมายกว้างครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือน
ญาติพี่น้อง

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel
Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลัก
สากลดังต่อไปนี้ คือ

1. ต้องเป็นการเดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A's ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ
2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานี ขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก, การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม

แนวความคิดทฤษฎีการตัดสินใจ

วิจิตร ตันทุษฐ์และคณะ (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาตกลงใจเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือกในอันที่ให้มีการกระทำในลักษณะเฉพาะใดๆ หรือ หมายถึง การตกลงใจเลือกข้อยุติ ข้อขัดแย้ง ข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว

ไพลิน ผ่องใส (2533) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดการองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม

สกายวอล์คเมืองกาญจน์

Skywalk กาญจนบุรี แลนด์มาร์กแห่งใหม่ริมแม่น้ำแควบนความสูง 12 เมตรจากพื้นถนน และความยาวของ Skywalk กาญจนบุรี อยู่ที่ 150 เมตร ตลอดริมแม่น้ำ ตัวพื้นของ Skywalk กาญจนบุรี ทำจากกระจกใสแข็งแรง ตลอดทางเดินสามารถมองเห็นแม่น้ำด้านล่าง เมื่อเดินไปด้านซ้ายของสะพานจะสามารถมองเห็นแม่น้ำทั้งสามสายด้วยกันคือ แม่น้ำแควใหญ่ แม่น้ำแควน้อยที่มาบรรจบกันและกลายเป็นแม่น้ำแม่กลอง เป็นไฮไลต์พิเศษของที่นี่เลย ส่วนทางด้านขวาของสะพานจะสามารถมองเห็นวิวของหอคพระประวัติสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถานที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี สำหรับ

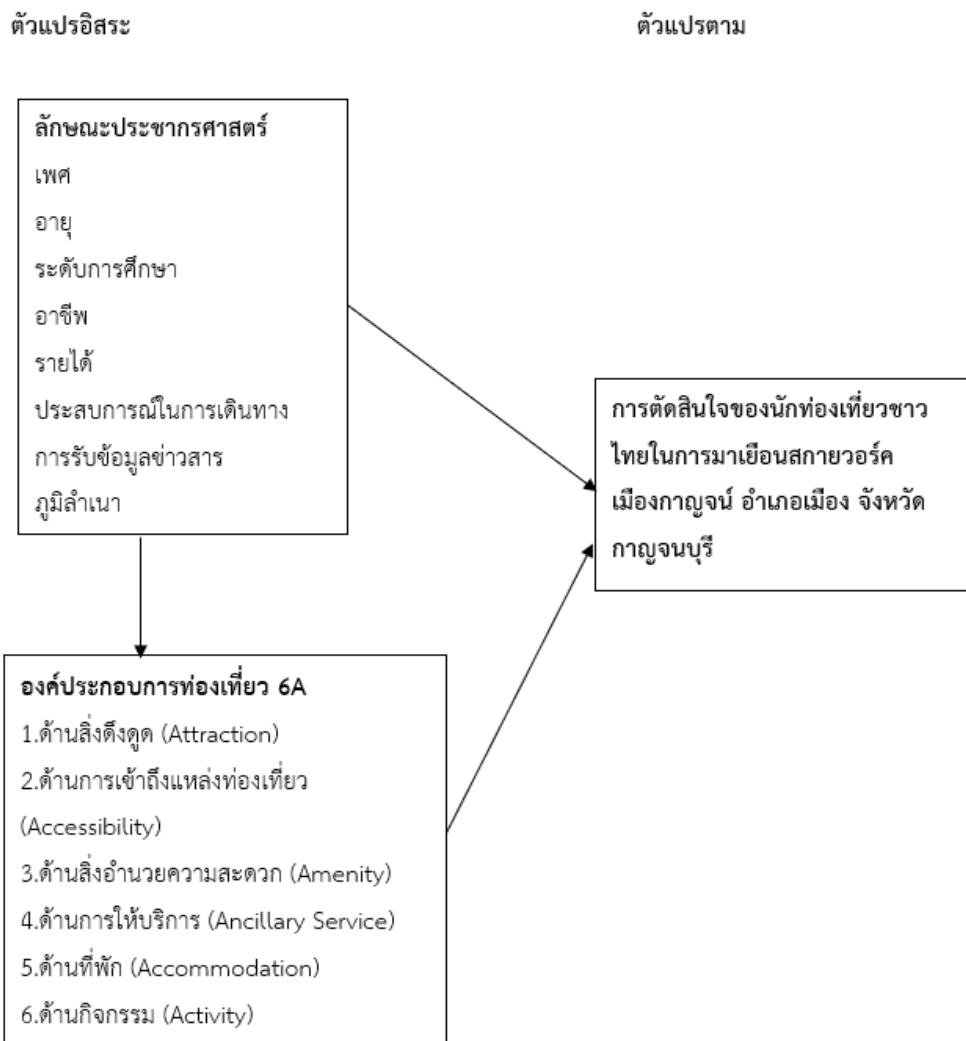
“สกายวอล์ก” (Sky Walk) ที่ทอดยาวริมฝั่งแม่น้ำแควใหญ่ ซึ่งเป็นแลนด์มาร์กแห่งใหม่ของจังหวัดกาญจนบุรี เกิดจากโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาเมืองเก่ากาญจนบุรีและสองฝั่งแม่น้ำแควน้อย แควใหญ่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารดา หรูสกุล (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประชากรศาสตร์ 4) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความเห็นด้านที่พหุมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ความเห็นด้านการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตัดเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่นๆ และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาดจากคำแนะนำของคนที่รู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว

กัลยา ยศคำลือ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บริบทแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์คและความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสกายวอล์ค บ้านท่าดีหมี ตำบลปากตม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์ค บ้านท่าดีหมี ตำบลปากตม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลยและ 2) ศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสกายวอล์ค บ้านท่าดีหมี ตำบลปากตม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า (1) สกายวอล์ค จังหวัดเลย สร้างเมื่อเดือนตุลาคม 2562 หลังจากได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ 2562 ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยและบ้านท่าดีหมี เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวตุลาคม 2563 รอบสกายวอล์คมีพระใหญ่คอกจั่ว แม่น้ำเหือง และ แม่น้ำโขง ฝั่งประเทศลาว ทศนียภาพสวยงาม มีนักท่องเที่ยวเข้ามาวันละ 3,000 คน ต่อมาเมื่อมีไวรัสโควิด 19 ระบาด เดือนมีนาคม 2564 ถึงปัจจุบัน นักท่องเที่ยวลดลง 900-1,500 ต่อวัน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าดีหมีร่วมกับ องค์การบริหารส่วนตำบลปากตม ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว (2) ประชาชนมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากคือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน, ด้านศิลปกรรมพื้นบ้าน, ด้านความเชื่อความศรัทธา, ด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและด้านกิจกรรมและการจัดการส่งเสริมท่องเที่ยวสกายวอล์ค ตามลำดับ และประชาชนที่มีเพศ และอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อย่างไม่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 25 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 417 คน ที่เดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ เกณฑ์กรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากร (Infinite Population) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างที่มีค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G.Cochran กัลยา วาณิชยปัญญา (2549 : 74) ได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน

$$\text{สูตร } n = P(1 - P)Z^2$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่า

เท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$
$$= 384.16$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ซึ่งสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย และใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ในการตัดสินใจท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นคำถามปลายปิด วัดแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำแนกตามแนวความคิดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As

- 1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)
- 2.ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
- 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
- 4.ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)
- 5.ด้านที่พัก (Accommodation)
- 6.ด้านกิจกรรม (Activity)

โดยแบ่งระดับความสำคัญประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 1 คะแนน ค่าความคิดเห็นน้อยที่สุด

ระดับคะแนน 2 คะแนน ค่าความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนน 3 คะแนน ค่าความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนน 4 คะแนน ค่าความคิดเห็นมาก

ระดับคะแนน 5 คะแนน ค่าความคิดเห็นมากที่สุด

ในการประเมินผล จะใช้วิธีการแปลแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

$$\begin{aligned} \text{Interval } (I) &= \frac{\text{range}(R)}{\text{Class } (C)} \\ &= 1 + \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.80 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

1.81 – 2.60 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อย

2.61 – 3.40 คะแนน ระดับความคิดเห็นปานกลาง

3.41 – 4.20 คะแนน ระดับความคิดเห็นมาก

4.21 – 5.00 คะแนน ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นคำถามปลายปิด วัดแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การตอบ ดังนี้

โดยแบ่งระดับความสำคัญประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 1 คะแนน ค่าความคิดเห็นน้อยที่สุด

ระดับคะแนน 2 คะแนน ค่าความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนน 3 คะแนน ค่าความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนน 4 คะแนน ค่าความคิดเห็นมาก

ระดับคะแนน 5 คะแนน ค่าความคิดเห็นมากที่สุด

ในการประเมินผล จะใช้วิธีการแปลแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

$$\begin{aligned} \text{Interval } (I) &= \frac{\text{range}(R)}{\text{Class } (C)} \\ &= 1 + \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

1.00 – 1.80 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

1.81 – 2.60 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อย

2.61 – 3.40 คะแนน ระดับความคิดเห็นปานกลาง

3.41 – 4.20 คะแนน ระดับความคิดเห็นมาก

4.21 – 5.00 คะแนน ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended question)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามโดยสแกนคิวอาร์โค้ด โดยวิธีการดังนี้

1. เตรียมแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่าน Google Forms
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่าน Google Forms ในช่องทาง Facebook, Instagram และ Line
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยนำเสนอใน รูปแบบตาราง และคำอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะนำเครื่องมือแต่ละชนิดที่ได้จากการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากภาคสนามมาทำการวิเคราะห์และประมวลผล

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

จากการศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีมีทั้งหญิงและชายจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีหญิงมากกว่าชาย ในจำนวนนี้เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนเกือบเท่ากัน และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท มีประสบการณ์ในการเดินทางมาเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์มากที่สุด 1-2 ครั้ง ส่วนใหญ่ทราบและรับข้อมูลจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และมีภูมิลำเนาจากภาคกลางมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A	n = 417		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction)	4.49	0.69	มากที่สุด
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.37	0.71	มากที่สุด
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	4.39	0.76	มากที่สุด
4. ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)	4.53	0.65	มากที่สุด
5. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.49	0.68	มากที่สุด
6. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.53	0.65	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.47	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) อยู่ระหว่าง 4.37 – 4.53 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้านการให้บริการและด้านกิจกรรม อยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านที่พัก ด้านสิ่งดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.53, 4.49, 4.39 และ 4.37 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นโดยรวมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

การตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์โดยรวม	n = 417		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	SD	
1. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน	4.58	0.65	มากที่สุด
2. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะเห็นรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	4.55	0.65	มากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	4.46	0.72	มากที่สุด
4. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะสนใจสินค้าของฝากในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ	4.30	0.80	มากที่สุด

5. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวจากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.39	0.73	มากที่สุด
6. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ	4.50	0.69	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.47	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นที่ตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) อยู่ระหว่าง 4.30 – 4.58 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อนอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะเห็นวิวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ตัดสินใจท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ตัดสินใจท่องเที่ยวจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ตัดสินใจท่องเที่ยวจากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะสนใจสินค้าของฝากในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.58, 4.55, 4.50, 4.46, 4.39 และ 4.30 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีมีทั้งหญิงและชายจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีหญิงมากกว่าชาย ในจำนวนนี้เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนเกือบเท่ากัน และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท มีประสบการณ์ในการเดินทางมาเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์มากที่สุด 1-2 ครั้ง ส่วนใหญ่ทราบและรับข้อมูลจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และมีภูมิลำเนาจากภาคกลางมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวนี้เดินทางมาง่ายสำหรับคนที่อยู่ในภาคเดียวกัน และเหมาะสำหรับคนกลุ่มวัยนี้ ซึ่งมีการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากซึ่งตรงกับพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาก

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้านการให้บริการและด้านกิจกรรม อยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านที่พัก ด้านสิ่งดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเนื่องจากแหล่ง

ท่องเที่ยวนี้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและมาใช้บริการทำกิจกรรมเท่านั้น ไม่ได้เน้นใช้บริการด้านที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ และสามารถสรุปได้ดังนี้

1.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีการตกแต่งบริเวณโดยรอบสวยงาม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากในจังหวัดกาญจนบุรี

1.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าง่ายต่อการเข้าถึง มีป้ายบอกทางการทำกิจกรรมชัดเจนอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีป้ายเส้นทางเข้าถึงชัดเจน มีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง และมีรถสาธารณะเข้าถึงได้สะดวก

1.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าง่ายต่อการเข้าถึง มีร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภทอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีบริการห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ และมีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ

1.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าง่ายต่อการเข้าถึง มีการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีป้ายประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการใช้บริการกับนักท่องเที่ยว

1.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านที่พัก (Accommodation) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าง่ายต่อการเข้าถึง ที่พักที่มีบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีที่พักที่มีราคาเหมาะสม และมีที่พักที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

1.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านกิจกรรม (Activity) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีกิจกรรมที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ สกายวอร์คเมืองกาญจน์มีกิจกรรมที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และมีกิจกรรมที่สามารถสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

1.3 สรุปผลการวิเคราะห์การตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคิดเห็นที่ตัดสินใจมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อนอยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะเห็นวิวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ตัดสินใจท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ตัดสินใจท่องเที่ยวจากคำแนะนำของคนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ตัดสินใจท่องเที่ยวจากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะสนใจสินค้าของฝากในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ อยู่ในอันดับท้ายสุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ เนื่องจากสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จากผลสำรวจเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้เหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อนและมีการวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ งบประมาณค่าใช้จ่ายไม่แพง

2. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ใช้สถิติทดสอบค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม (One way ANOVA) และการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Multiple Comparison) โดยวิธีการของแอล เอส ดี (LSD)

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับ ระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทาง สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่องทางการทราบและรับข้อมูลต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.8 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาต่างกันส่งผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ใช้สถิติทดสอบหาค่าการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย เรียงลำดับจากที่มีอิทธิพลมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และทั้ง 4 องค์ประกอบร่วมกันส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมร้อยละ 64.5 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ด้านที่พักเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจ ดังนั้นการมีนวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับสร้างที่พักเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่พักที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพของสกายวอร์คได้

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งจะนำมาอภิปรายผลในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ต่างกัน

จากการเปรียบเทียบองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม) และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม) สูงที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของฐานิตา พันธมณีย์ (2555) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อพักผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมประจำ สอดคล้องกับ อุษณีย์ ศรีภูมิ (2554) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายจากความเครียดจากภารกิจประจำวันและเพื่อพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และวรรณ ศิลปะอาษา (2545) ได้อธิบายองค์ประกอบที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ ความประทับใจ (Amenity) และองค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service) ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) และความดึงดูดใจ (Attraction)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท – 30,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A สูงที่สุด ซึ่งให้ความสำคัญด้านการให้บริการ (Ancillary Service) สูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรม (Activity) ด้านที่พัก (Accommodation) และด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สูงที่สุดเช่นกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ของ Pike Steven (2008) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาชมหรือพักอาศัย และเป็นการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้

จากการเปรียบเทียบองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางต่างกัน มีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาเที่ยว 3 – 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6A สูงที่สุด ซึ่งให้ความสำคัญด้านการให้บริการ (Ancillary Service) และด้านที่พัก (Accommodation) สูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านกิจกรรม (Activity) และด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สูงที่สุดเช่นกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ของ Pike Steven (2008) ที่กล่าว

ว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ สิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวคือที่พักอาศัย สอดคล้องกับ Collier and Haraway (1997) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ J.Pelsol (2012) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่องทางการทราบและรับข้อมูลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านที่พัก) และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี (ตัดสินใจจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ตัดสินใจเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ) ที่ต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีช่องทางการทราบและรับข้อมูล ด้านที่พัก (Accommodation) จากเพื่อน/คนรู้จัก สูงที่สุด และมีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สูงที่สุดเช่นกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ของ Pike Steven (2008) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ สิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวคือที่พักอาศัย สอดคล้องกับ Collier and Haraway (1997) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ J.Pelsol (2012) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลาเนาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านที่พัก) และระดับการตัดสินใจเดินทางมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี (ตัดสินใจจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ตัดสินใจเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ) ที่ต่างกัน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลาเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน ตัดสินใจท่องเที่ยวจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว และตัดสินใจท่องเที่ยวจากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ของ Pike Steven (2008) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ สิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวคือที่พักอาศัย สอดคล้องกับ Collier and Haraway (1997) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ J.Pelsol (2012) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยองค์ประกอบย่อยที่มีอิทธิพลเรียงลำดับจากที่มีอิทธิพลมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ตามลำดับ และทั้ง 4 องค์ประกอบร่วมกันส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมร้อยละ 64.5 เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีของ J.Pelsol (2012) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอิษฏาภรณ์ พิรัชต์ชัยกุล (2563) ทำการวิจัยเรื่องประสบการณ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอด่านช้าง จังหวัดกาญจนบุรี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อย่างยั่งยืน และด้านการจัดการความปลอดภัย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวบนน้ำพุร้อนในด้านความสนุกและผ่อนคลายกับการมาเที่ยวน้ำพุร้อนมากที่สุด และให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและประโยชน์ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของเพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความเห็นด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ค้นพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของอารดา หรูสกุล (2564) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ที่ผลการวิจัยได้ระบุว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และความเห็นด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ความเห็นด้านการตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อเดินทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมพล ศรีทอง และผดุงนทร เสือแพ (2565) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพจังหวัดกาญจนบุรีหลังสถานการณ์โควิด 19 ได้ระบุว่าจังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวครบทุกประเภท และจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดนำร่องเพื่อการท่องเที่ยวเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และการเข้าถึงที่หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการตัดสินใจในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพราะต้องการพักผ่อนสูงสุด รองลงมาเป็นเพราะเห็นรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตัดสินใจเพราะคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว และเพื่อเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่นๆ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของอารดา หรูสกุล (2564) อิษฏาภรณ์ พิรัชต์ชัยกุล (2563) และเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจของ Kotler

(2003) ว่าเป็นการตัดสินใจผ่านกระบวนการการวิเคราะห์ด้วยเหตุผลเพื่อให้เกิดความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ซึ่งเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการคิดและหาข้อมูลก่อนตัดสินใจเดินทาง ซึ่งการตัดสินใจมีส่วนสำคัญในการส่งผลต่อความรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งความประทับใจและความคุ้มค่าในการเดินทาง ซึ่งการตัดสินใจในการเดินทางขึ้นอยู่กับปัจจัยของการตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่มีปัจจัยในการตัดสินใจแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สูงสุด ได้แก่ ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ตามลำดับ ฉะนั้นหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบาย ควรกำหนดเป็นนโยบายในแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.1 ชุมชนในอำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คให้มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสกายวอร์คจะต้องได้รับการบำรุงรักษา ให้มีความคงทนแข็งแรง พร้อมทั้งร่วมกันบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนให้คงอยู่ เพราะผลลัพธ์จะก่อให้เกิดประโยชน์ในชุมชน

1.2 จังหวัดกาญจนบุรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการร่วมกันจัดกิจกรรมและการจัดการส่งเสริมท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และการบริการต่างๆ ที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเยือนได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชน และชุมชนโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยวสกายวอร์คเมืองกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการวิจัยที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.1 การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ทางภาครัฐจึงจำเป็นต้องมีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสื่อสารและสร้างการรับรู้ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยนำจุดเด่นและความต้องการของนักท่องเที่ยวมาเป็นจุดขาย โดยภาพลักษณ์โดยรวม ด้านที่พักซึ่งทางภาครัฐเองก็มีมาตรฐานของที่พักเป็นตัวกำหนดที่พักในแต่ละที่อยู่แล้วให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามเกณฑ์ เพิ่มเส้นทางการเดินทางหรือป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่วนในด้านของกิจกรรมควรมีการส่งเสริมให้มีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์ ทั้งนี้จะต้องไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติหรือรุกรานเขตพื้นที่ธรรมชาติเพื่อประโยชน์ส่วนตน

2.2 ทางด้านผู้ประกอบการ หากทางภาครัฐมีการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่คงประสบความสำเร็จได้ยาก หากไม่ได้รับความร่วมมือจากทางด้านผู้ประกอบการหรือบุคคลในชุมชน โดยทางผู้ประกอบการเองก็ควรมีกิจกรรมที่แปลกใหม่และการบริการต่างๆ ที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเยือนได้ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นแต่ละด้าน ได้ดังนี้ คือ ภาพลักษณ์โดยรวม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างสรรค์ที่พักให้มีความสวยงาม มีการตกแต่งสถานที่ให้กับนักท่องเที่ยวได้เดินเล่นหรือพักผ่อน ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับธรรมชาติ

ผู้ประกอบการควรเน้นย้ำการบริการจากบุคลากรในสถานประกอบการให้มีใจรักในการบริการ และเต็มใจในการบริการตลอดเวลา คือ อธิยาศัย ไมตรีจิตร์ที่ดี ควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้ทางด้านการประกอบการเองสามารถนำมาเป็นจุดขายโดยการประชาสัมพันธ์โดยใช้สโลแกนหรือภาพถ่ายโพสต์ลงในสื่อออนไลน์สิ่งเหล่านี้สามารถเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเลือกซื้อผู้ประกอบการก็จะสามารถสร้างผลกำไรต่อธุรกิจตนเองได้

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็น “โครงการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏฯ” และขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566 – 2570).

https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การท่องเที่ยว.

http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/SKTT0021/SKTT0021_fulltext.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). สกายวอร์ค. <https://thai.tourismthailand.org/Attraction>

กัลยา ยศคำลือ. (2564). บริบทแหล่งท่องเที่ยวสกายวอล์คและความคิดเห็นของประชาชนต่อปัจจัยที่ดึงดูด

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสกายวอล์ค บ้านท่าดีหมี ตำบลปากตม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. ใน
การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 8 (น. 597-609).

วรรณ วรชวานิช. (2539). องค์ประกอบการท่องเที่ยว. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิจิตร ต้นทสุทธิ์, และคณะ. (2550). การตัดสินใจ. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

เฉลิมพล ศรีทอง, และผณินทร เสือแพร. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพจังหวัดกาญจนบุรีหลัง
สถานการณ์โควิด 19. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี และคณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

พิทยา บวรรัตน์. (2533). รัฐประศาสนศาสตร์ทฤษฎีและแนวการศึกษา (ค.ศ.1887-1980). จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของจังหวัดระนอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

ภาวณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด. สำนักพิมพ์ท็อป.

อารดา หรูสกุล. (2564). องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].

อิษฎาภรณ์ พิรัชต์ชัยกุล. (2563). ประสบการณ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination future. *Journal Tourism Management Special Issue: The Competitive Destination*.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (14th ed.). Prentice Hall.

World Tourism Organization. (1997). *Tourism 2020 vision*. UNWTO.