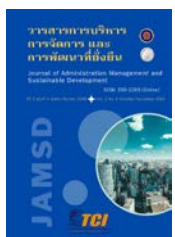


	ISSN: 2985-2366 (Online) วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน Journal of Administration Management and Sustainable Development Homepage: https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd E-mail: jamsdonline@gmail.com	
---	---	---

**พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
สวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี**
**Tourist behavior influencing satisfaction with agricultural tourism
at Suan Sala Arthit, Ban Na San District, Surat Thani Province**

ฉันทนิชา จันทรประสิทธิ์¹, จุฑารัตน์ ธาราทิศ^{2*}, นินธนา เอี่ยมสะอาด³, กุลณัฐ ทองโอ⁴, ภาพิมล ไชยแก้ว⁵,
ศิรินันท์ จันทรบุญรอด⁶, ลลิตวดี เทียนถาวร⁷, สุดารัตน์ ใจสุข⁸, ชวิศา สีเพชรแก้ว⁹
Chunnicha Junprasit¹, Jutharat Tharathis^{2*}, Ninthana Iamsaard³, Kunlanat Thongao⁴, Papimon Chaikaew⁵,
Sirinan Chanbunrod⁶, Lalitwadi Taintawai⁷, Sudarat Chaisuk⁸, Chawisa Seepetkaew⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Faculty of Management Science, Suratthani Rajabhat University

Corresponding author's e-mail: 6512417001003@student.sru.ac.th¹, Jutharat.tha@sru.ac.th^{2},
Ninthana.iam@sru.ac.th³, 6512417001001@student.sru.ac.th⁴, 6512417001007@student.sru.ac.th⁵,
6512417001011@student.sru.ac.th⁶, 6512417001024@student.sru.ac.th⁷,
6512417001025@student.sru.ac.th⁸, 6512417001031@student.sru.ac.th⁹

Received: September 16, 2025

Revised: October 01, 2025

Accepted: October 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ 3. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.947 กับนักท่องเที่ยว ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ชอบกิจกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าขายของฝากมากที่สุด เดินทางช่วงเวลา 11.30 – 14.30 น. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท เหตุผลของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนสละอาทิตย์ ร่วมเดินทางกับครอบครัว/ญาติ และเดินทางโดยรถส่วนตัว

ระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา พฤติกรรมค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งมีอิทธิพลเชิงลบต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยเมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์ตัวแปรจำลอง โดยมีกลุ่มค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิงพบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นมีแนวโน้มความพึงพอใจลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โมเดลการถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 7.8 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยนี้มีผลกระทบเชิงปฏิบัติในระดับต่ำ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พฤติกรรมผู้บริโภค, นักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Abstract

This research aims to 1. study tourist behavior, 2. assess tourist satisfaction, and 3. Study the influence of tourist behavior on their satisfaction with agricultural tourism at Suan Sala Arthit, Ban Na San District, Surat Thani Province. Data were collected using a questionnaire with a reliability score of 0.947. A total of 400 tourists were surveyed using an incidental sampling method. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The research results found that most tourists were female, aged 21 - 30 years, had an education level lower than a bachelor's degree, were students, had single status, had 3 - 4 family members, and had an average monthly income of no more than 5,000 baht. Travel behavior revealed that most tourists are from other districts in Surat Thani Province. They like to buy products from souvenir shops the most. They travel between 11:30 a.m. and 2:30 p.m. and spend less than 500 baht per trip. The reasons for traveling are to relax and visit the Suan Sala Arthit, travel with family/relatives, and travel by private vehicle. The overall satisfaction level and each aspect were at the highest level, including location, products and services, promotion, and price. Travel spending behavior per trip has a statistically significant negative influence on satisfaction at the 0.001 level. Dummy coding analysis, with the group spending less than 500 baht as the reference group, revealed that all groups with higher spending tended to experience significantly lower satisfaction. The regression model was able to explain 7.8% of the variance in travel satisfaction, indicating that this factor has a low practical significance.

Keywords: satisfaction, consumer behavior, tourists, agricultural tourism

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นสิ่งสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ แต่เกษตรกรรมยังคงเป็นพื้นฐานการผลิตที่สำคัญ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นการบูรณาการด้านท่องเที่ยวและเกษตรเข้าด้วยกัน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัสสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ผสมผสานกับกิจกรรมต่าง ๆ และสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรในท้องถิ่น ปี พ.ศ. 2565 จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,690,642 คน ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 7,407,501 คน มีรายได้ 109,229 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 9,108,834 คน รายได้ 119,098 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2568) จะเห็นได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 – 2567 มีแนวโน้ม

เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น การศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้อย่างเชิงลึก สามารถสร้างความได้เปรียบการแข่งขันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

สวนสละอาทิตย ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองปราบ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงของพื้นที่ โดยเฉพาะการปลูกสละ เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 โดยนำสละพันธุ์เนืวนาง สายพันธุ์จากภาคตะวันออกที่กำเนิดบริเวณเนืวนาง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มาทดลองปลูกและขยายพันธุ์ จนปัจจุบันมีพื้นที่กว่า 150 ไร่ 24,000 ต้น มีสละ 3 สายพันธุ์หลัก ได้แก่ เนืวนาง สุมาลี และอ้อล้อย สามารถผลิตสละได้ตลอดทั้งปี เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชมสวน เรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการปลูกสละและชิมสละฟรี นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว เช่น จุดถ่ายรูปต่าง ๆ ในสวน จุดชมสัตว์ และให้อาหารสัตว์ เป็นต้น มีสินค้าแปรรูป เช่น สลอลอยแก้ว น้ำสละ และผลสละที่เป็นสินค้า OTOP ชื่อดังของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสวนสละอาทิตยยังประสบปัญหาสำคัญหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ประการแรก ผู้ประกอบการขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นมาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยได้รับข้อมูลย้อนกลับเฉพาะจากการสนทนาแบบไม่เป็นทางการกับนักท่องเที่ยวบางส่วนเท่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้อาจไม่ครอบคลุมและไม่สะท้อนความเป็นจริงของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ประการที่สอง ผู้ประกอบการยังไม่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจในการมาเยือน รูปแบบการใช้จ่าย และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด ส่งผลให้ไม่สามารถวางแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมได้ตรงกับความต้องการ ประการที่สาม ในภาวะที่จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรก็ทวีความรุนแรงมากขึ้นเช่นกัน หากสวนสละอาทิตยไม่มีข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการตัดสินใจพัฒนาอย่างเป็นระบบ อาจส่งผลให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งตลาดในอนาคต นอกจากนี้ การขาดข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจยังทำให้ไม่สามารถระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญต่อประสบการณ์ การท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้การลงทุนพัฒนาอาจไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และไม่สามารถสร้างความประทับใจที่ยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น การศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดในสถานการณ์ปัจจุบัน

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสวนสละอาทิตย และวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การท่องเที่ยวสวนสละอาทิตย รวมทั้งข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนสละอาทิตยให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ต่อนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่มากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สวนสละอาทิตย อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สวนสละอาทิตย อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิตย อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว

Dickman (1996, อ้างถึงใน คุณัญญา ศูนย์ดำ และอัศวิน จันทระสม, 2568) กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงก็มีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง ดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์

1.2 กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.3 การเข้าถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทาง สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทาง

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบาย

1.5 ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา การบริการมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้เดินทางมาได้ง่ายและปลอดภัย

2. แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's

ตามแนวคิดของ Kotler & Armstrong (2000, อ้างถึงใน ทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว, 2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วย 4 อย่าง ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้ผลิตผลิตออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.2 ราคา (price) หมายถึง จำนวนเงินที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนต้องการ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าของสินค้ากับราคาที่ต้องจ่าย เพื่อตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่

2.3 สถานที่ (place) หมายถึง ช่องที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายตัวของผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภค โดยมีกิจกรรมหลายรูปแบบ การกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

2.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง สิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นได้ ซึ่งจะเน้นไปที่การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เช่น การโฆษณา การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภักทรวดี วงศ์ปันทนา (2557, อ้างถึงใน กันตพงศ์ คุ่มโนนชัย และอชิป จันทรสุริย์, 2565) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า การแสดงออกของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการดังกล่าว ซึ่งฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550, อ้างถึงใน กันตพงศ์ คุ่มโนนชัย และอชิป จันทรสุริย์, 2565) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การบริโภคของนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันไป และได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยแนวคิด 6W1H นำมาใช้วิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีการตั้งคำถามและตอบใจ ดังนี้

3.1 ใคร (who) ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมายได้

3.2 ต้องการอะไร (what) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากการมาท่องเที่ยว

3.3 ที่ไหน (where) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อ

3.4 เมื่อไหร่ (when) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการมาท่องเที่ยว

3.5 ทำไม (why) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบวัตถุประสงค์เฉพาะในการมาท่องเที่ยว

3.6 ใครบ้าง (whom) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยว

3.7 อย่างไร (how) เกี่ยวข้องกับกระบวนการหรือขั้นตอนในการมาท่องเที่ยว

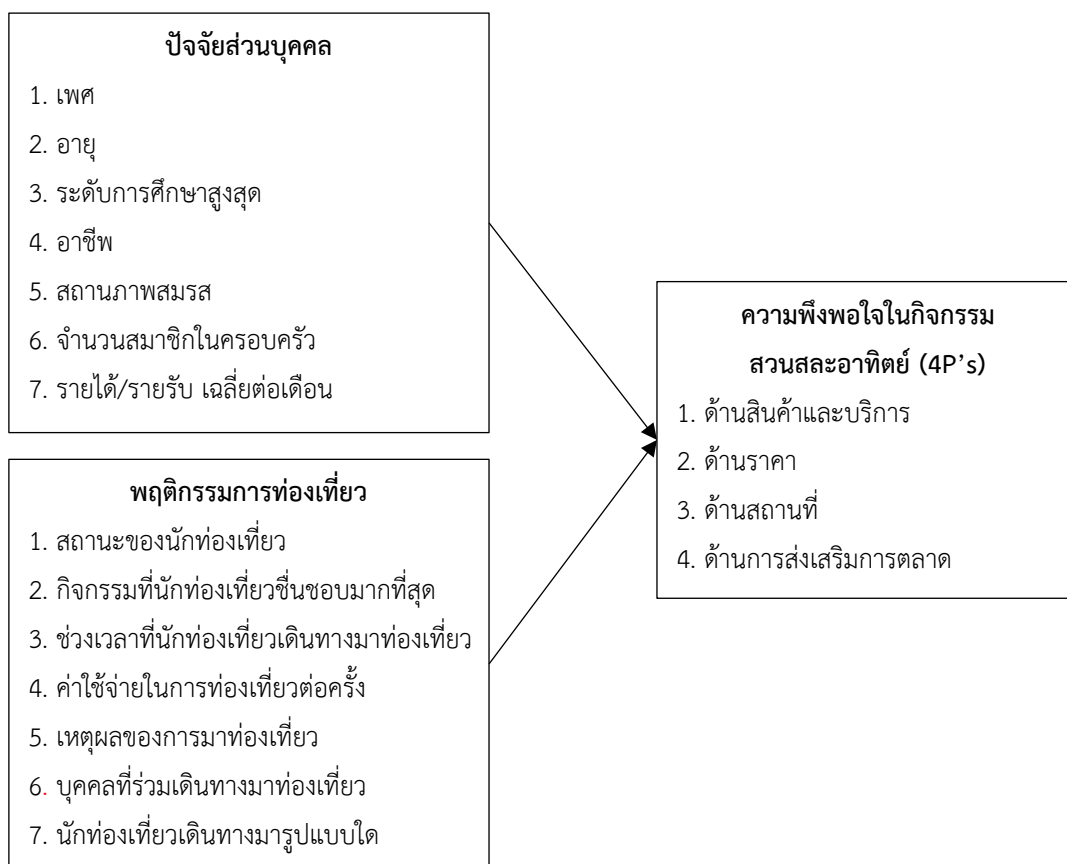
เมื่อได้คำตอบครบทั้ง 6W1H นี้ได้ ก็จะสามารถกลยุทธ์ทางการตลาดและสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ (ธนศักดิ์ อินทร์ราช และอรชร มณีสงฆ์, 2566)

4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Oliver (1997) อธิบายว่า ความพึงพอใจ คือ การตอบสนองเชิงความรู้สึกของผู้บริโภคต่อประสบการณ์การบริโภค ซึ่งเป็นการประเมินเชิงวิจารณ์ของลูกค้านั้นต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน กรณิการ์ รุจิวิโรต (2563) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุขที่ความต้องการ หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวัง สำหรับผู้รับบริการย่อมมีความต้องการหรือความคาดหวังว่าจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณภาพการให้บริการ ที่สามารถวัดได้จากแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการได้ ณัฐอร มหาทำนุโชค (2565) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดีหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการจึงทำให้ลูกค้าเกิดความสุขและความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น ณฐมน สังวาลย์ และประสพชัย พสุนนท์ (2566) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลทั้งในด้านลบและด้านบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป ทั้งนี้รวมถึงการเข้าถึงและการเดินทางในการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจไปแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ได้นำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสาธารณะ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวแทนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสาธารณะ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลจำนวน 385 คน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและเผื่อกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจริงจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสาธารณะ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแนวทางในการนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสาธารณะ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัด

สุราษฎร์ธานี จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้/รายรับ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นข้อคำถามแบบตรวจรายการ (check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ สถานะของนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง เหตุผลของการมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเดินทางมารูปแบบใด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจในกิจกรรมสวนสละอาทิตย์ของนักท่องเที่ยว จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ประกอบด้วยข้อความที่มีระดับความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมของสวนสละอาทิตย์ และมีคำถามให้เลือก 5 ระดับ จะใช้เกณฑ์ ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน ความพึงพอใจในระดับมาก กำหนดให้ 4 คะแนน ความพึงพอใจในระดับปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน ความพึงพอใจในระดับน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน และความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

การแปลค่าคะแนน จะนำคะแนนที่ได้มาแปลผล โดยกำหนดช่วงคะแนนตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1981) ช่วงคะแนนมีความหมาย ดังนี้ 4.50 - 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3.50 - 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2.50 - 3.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 1.50 - 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และ 1.00 - 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการปรับปรุงแก้ไขสถานที่ โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้หาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้แบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.947

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลตามวัน และสถานที่ ตามขอบเขตด้านระยะเวลา โดยสัมภาษณ์เพิ่มเติมด้วยวาจาตามข้อคำถามในแบบสอบถาม สำหรับประชาชนที่ไม่สะดวกตอบแบบสอบถามตามลำพังด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลค่าระดับจากค่าเฉลี่ย จะนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลผล โดยกำหนดช่วงตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1981) รายละเอียดช่วงค่าเฉลี่ยมีความหมาย ดังนี้ 4.50 - 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3.50 - 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2.50 - 3.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 1.50 - 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และ 1.00 - 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.3 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุวิธี Enter ซึ่งเป็นวิธีการที่นำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่โมเดลพร้อมกันในขั้นตอนเดียว (Field, 2018) การตัดสินใจเลือกใช้วิธีนี้มีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของการศึกษา ซึ่งระบุอย่างชัดเจนว่าตัวแปรใดมีความสำคัญต่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย การใช้วิธี Enter สอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งทดสอบความสัมพันธ์ตามกรอบทฤษฎีที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ไม่ใช่การสร้างโมเดลพยากรณ์ที่เน้นการคัดเลือกตัวแปรที่มีอำนาจอธิบายสูงสุด โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติ (level of significant) ที่ระดับ 0.001 โดยทำการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อป้องกันการเกิด Multicollinearity

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา สถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3 - 4 คน และมีรายได้/รายรับ เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานะของนักท่องเที่ยว		
นักท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอบ้านนาสาร	71	17.75
นักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	250	62.50
นักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างจังหวัด	79	19.75
2. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด		
กิจกรรมชมสวนสละและเรียนรู้การปลูกสละ	68	17.00
กิจกรรมชมสัตว์และให้อาหารสัตว์	121	30.25
กิจกรรมถ่ายรูปตามจุดเช็คอิน	47	11.75
กิจกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าขายของฝาก	164	41.00
3. ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว		
ช่วงเช้า 08.30 น. – 11.30 น.	123	30.75
ช่วงกลางวัน 11.30 น. – 14.30 น.	205	51.25
ช่วงบ่าย 14.30 น. – 17.00 น.	72	18.00
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
น้อยกว่า 500 บาท	291	72.75
501 – 1,000 บาท	65	16.25
1,001 – 1,500 บาท	27	6.75
1,501 – 2,000 บาท	10	2.50
มากกว่า 2,000 บาท	7	1.75

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
5. เหตุผลของการมาท่องเที่ยว		
เพื่อศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร/ทัศนศึกษา	86	21.50
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ในสวนสละอาติย์	40	10.00
เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนสละอาติย์	255	63.75
เพื่อซื้อสินค้าในสวนสละอาติย์	19	4.75
6. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	19	4.75
ครอบครัว/ญาติ	168	42.00
กลุ่มเพื่อน	129	32.25
โรงเรียน	45	11.25
คณะทัวร์/หน่วยงาน	3	0.75
แฟน	36	9.00
7. นักท่องเที่ยวเดินทางมารูปแบบใด		
รถส่วนตัว	347	86.75
รถตู้หรือรถโดยสารสาธารณะ	5	1.25
รถทัวร์	48	12.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาติย์อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ชื่นชอบกิจกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าขายของฝากมากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลา 11.30– 14.30 น. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท เหตุผลของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนสละอาติย์ ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และนักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถส่วนตัว

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความพึงพอใจในกิจกรรมของสวนสละอาติย์ (4P's)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสินค้าและบริการ (product and service)	4.89	0.32	มากที่สุด
ด้านราคา (price)	4.84	0.39	มากที่สุด
ด้านสถานที่ (place)	4.90	0.27	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)	4.88	0.34	มากที่สุด
ภาพรวม	4.88	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่ (place) ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.27) ด้านสินค้าและบริการ (product and service) ($\bar{X} = 4.89$, S.D. = 0.32) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.34) และด้านราคา (price) ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.39)

4. การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสมมติฐานทางการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานทางการวิจัย คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว สวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดไว้ดังนี้

a แทน ค่าคงที่ของสมการพหุคูณระดับ

b แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

β แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

R^2 แทน ค่าประสิทธิภาพของการพยากรณ์จากสหสัมพันธ์พหุคูณ

Adjust R^2 แทน ค่าประสิทธิภาพการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว

ค่าการพยากรณ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตัวแปรทั้งหมด 7 ตัว ได้แก่ X_1 คือ สถานะของท่าน X_2 คือ กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุด X_3 คือ ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว X_4 คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง X_5 คือ เหตุผลของการมาท่องเที่ยว X_6 คือ บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และ X_7 คือ พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ (multiple linear regression) กำหนดให้ตัวแปรอิสระอยู่ในรูปแบบข้อมูลต่อเนื่อง (continuous data) (Field, 2018; Tabachnick et al., 2019) ในการศึกษาครั้งนี้ ตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งได้ถูกเก็บรวบรวมในรูปแบบข้อมูลเชิงอันดับ (ordinal scale) ซึ่งประกอบด้วย 4 ระดับ ได้แก่ 1) ไม่เกิน 500 บาท 2) 501–1,000 บาท 3) 1,001–1,500 บาท และ 4) มากกว่า 2,000 บาท เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวไม่สามารถนำเข้าสู่โมเดลถดถอยได้โดยตรง ผู้วิจัยจึงดำเนินการแปลงตัวแปรด้วยการทำ Dummy Coding ตามหลักการ $k - 1$ Dummy Variables โดยกำหนดให้ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 500 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิงและสร้างตัวแปรจำลอง (dummy variables) สำหรับกลุ่มที่เหลืออีก 3 กลุ่ม โดยกำหนดค่า 1 เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มนั้น และกำหนดค่า 0 เมื่อไม่อยู่ในกลุ่มนั้น วิธีการนี้ช่วยป้องกันปัญหา Multicollinearity ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อตัวแปรจำลองสามารถทำนายซึ่งกันและกันได้ได้อย่างสมบูรณ์ แม้ว่าตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะมีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงอันดับ แต่เพื่อให้สามารถเข้าสู่โมเดลถดถอยได้ คณะวิจัยได้กำหนดสมมติฐานโดยกำหนดช่วงห่างระหว่างแต่ละระดับของตัวแปรมีความใกล้เคียง อย่างไรก็ตามคณะวิจัยมีข้อจำกัดของสมมติฐานดังกล่าว โดยเฉพาะในกรณีที่ช่วง มากกว่า 2,000 บาท เป็นช่วงเปิด ที่มีความกว้างไม่จำกัด อย่างไรก็ตามงานนี้มีข้อจำกัดในส่วนวิธีการดังกล่าวจะเอื้อให้การวิเคราะห์เชิงถดถอย

สามารถทำได้ทางสถิติ และช่วงห่างระหว่างกลุ่มค่าใช้จ่ายในความเป็นจริงอาจไม่เท่ากันโดยสมบูรณ์ ดังนั้น การตีความค่าความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจะเน้นในเชิงแนวโน้มมากกว่าการตีความเชิงตัวเลขอย่างเด็ดขาด

ตารางที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว สวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรอิสระ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง (X_4)	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	β			Tolerance	VIF
Constant (ไม่เกิน 500 บาท)	4.820	0.016	–	294.955	< 0.001		
X_{42} (501 - 1,000 บาท)	-0.153	0.038	-0.196	-4.006	< 0.001	0.976	1.025
X_{43} (1,001 - 1,500 บาท)	-0.233	0.056	-0.203	-4.163	< 0.001	0.981	1.019
X_{44} (1,501 - 2,000 บาท)	-0.178	0.090	-0.096	-1.988	0.048	0.992	1.009
X_{45} (มากกว่า 2,000 บาท)	-0.177	0.107	-0.080	-1.660	0.098	0.994	1.006

SE = 0.043, F = 8.38, p < 0.001, R = 0.280, Adj R² = 0.069, R² = 0.078

* มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ (multiple regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 8.38, p < 0.001) โดยตัวแปรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 7.8 (R² = 0.078) ซึ่งแม้จะมีค่าไม่สูง แต่ก็ถือเป็นข้อมูลที่มีความหมายในเชิงสถิติที่แสดงถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมกรค่าใช้จ่ายที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาค่า Standard Error of Estimate (SE = 0.043) ที่มีค่าต่ำ แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความแม่นยำในการพยากรณ์ค่าที่เหมาะสม นอกจากนี้ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 1.006 - 1.025 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 10 อย่างมาก และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.976 - 0.994 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.10 ซึ่งให้เห็นว่าโมเดลไม่มีปัญหา Multicollinearity สามารถตีความได้อย่างน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2019) อย่างไรก็ตามจากข้อเสนอแนะยังพบว่า มีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่ได้รับทั้งในส่วนสถานที่ผลิตภัณฑ์ ราคาของอาหารและเครื่องดื่มหรือแม้กระทั่งการเดินทางที่สะดวก รวมถึงช่องทางที่จะสามารถประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของแต่ละช่วงค่าใช้จ่าย โดยกำหนดให้กลุ่มไม่เกิน 500 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิง (B = 4.820, p < 0.001) พบว่า ทั้งสามกลุ่มมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จากกลุ่มที่มีค่าใช้จ่าย 501 - 1,000 บาท (B = -0.153, β = -0.196, t = -4.006, p < 0.001) เช่นเดียวกับกลุ่มที่มีค่าใช้จ่าย 1,001 - 1,500 บาท (B = -0.233, β = -0.203, t = -4.163, p < 0.001) และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่าย 1,501 - 2,000 บาท (B = -0.178, β = -0.096, t = -1.988, p = 0.048) อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาท ไม่แสดงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ (B = -0.177, β = -0.080, t = -1.660, p = 0.098) เนื่องจากขนาดตัวอย่างที่น้อยกว่าในกลุ่มนี้ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นจากระดับต่ำสุดมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวลดลง โดยความสัมพันธ์เชิงลบนี้อยู่ในกลุ่มค่าใช้จ่าย 1,001 - 1,500 บาท ตามค่า Standardized Coefficient

($\beta = -0.203$) ซึ่งบ่งชี้ว่ากลุ่มค่าใช้จ่ายนี้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอ้างอิง แสดงว่า สมการมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$Y = 4.820 - 0.153 X_{42} - 0.233 X_{43} - 0.178 X_{44} - 0.177 X_{45}$$

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยดำเนินการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ชื่นชอบกิจกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าขายของฝากมากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลา 11.30– 14.30 น. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท เหตุผลของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนสละอาทิติย์ ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และนักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถส่วนตัว เมื่อพิจารณาตามแนวคิด 6W1H จะสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมเพื่อวางแผนการตลาด ดังนี้ who คือ นักท่องเที่ยวพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี what คือ ซื้อสินค้าของฝาก where คือ เลือกใช้ซื้อสินค้าทางหน้าร้าน when คือ มาเที่ยวเวลา 11.30 – 14.30 น. Why คือ การพักผ่อน Whom คือ เดินทางร่วมกับครอบครัวและญาติ How คือ เดินทางโดยรถส่วนตัวและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง สรุปแล้วสวนสละอาทิติย์เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง เน้นความสะดวก ประหยัด การพักผ่อนหย่อนใจ และประสบการณ์เชิงครอบครัว ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่ผู้ประกอบการและสามารถนำไปพัฒนา กิจกรรม สินค้า และบริการให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยกรกฎ พัวตระกูล (2563) ที่พบว่า วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเลส่วนใหญ่ คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัวมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมา ท่องเที่ยว 4 - 5 คน และ มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปในการเดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเล เฉลี่ยต่อหนึ่งคนอยู่ที่ 501 - 1,000 บาท

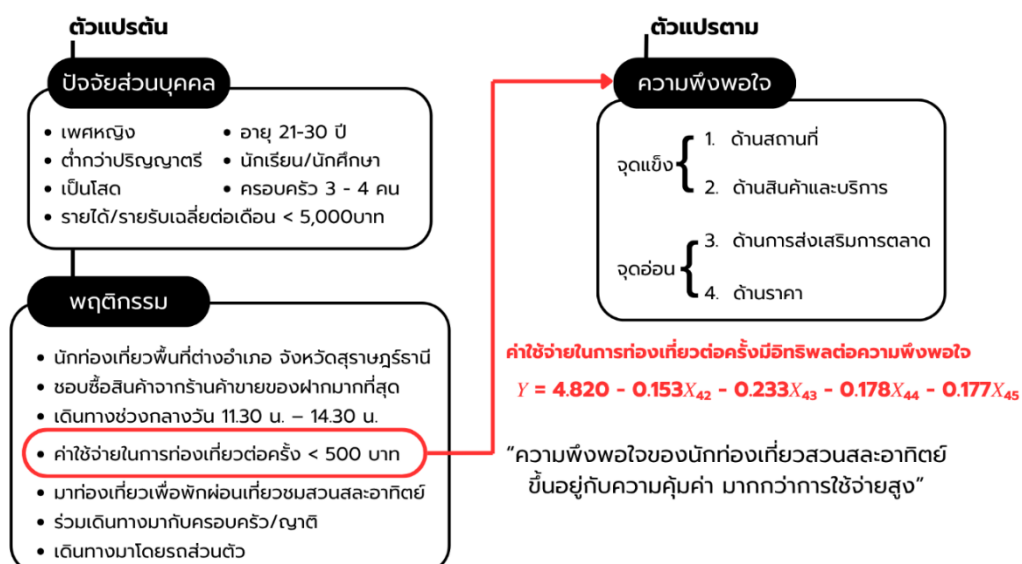
2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาด และด้านราคา สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ของ Kotler & Armstrong (2000, อ้างถึงใน ทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว, 2563) สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านสถานที่มากที่สุด เนื่องจากสวนสละอาทิติย์มีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ เหมาะสมต่อการพักผ่อนและการเรียนรู้เชิงเกษตร ลำดับถัดมาคือ ด้านสินค้าและบริการ สามารถตอบสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวได้อย่างดี ในด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมส่งเสริมการขายของสวนสละอาทิติย์มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และด้านราคา (price) แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่า ราคาของสินค้าและบริการในสวนสละอาทิติย์ถือว่าเหมาะสมและคุ้มค่า การที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดทุกด้านแสดงถึงความสำเร็จของสวนสละอาทิติย์ในการจัดการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย Nasir et al. (2020) ที่พบว่า ความดึงดูดของสถานที่ ทำให้ผู้คนรู้สึกพึงพอใจและผูกพันกับสถานที่นั้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความผูกพันต่อสถานที่เป็นตัวแปรที่มีผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดี และสติซารี เพ็ชรเอี่ยม และคณะ (2568) ที่พบว่า ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี แสดงให้เห็นว่าเมื่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง สะท้อนถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่า สอดคล้องกับแนวคิดความพึงพอใจของ Oliver (1997) กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับผลลัพธ์ที่ได้รับ หากผลลัพธ์เกินหรือเท่ากับความคาดหวัง นักท่องเที่ยวจะรู้สึกพึงพอใจ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากการเดินทาง ซึ่งการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและกำหนดราคา ต้องสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า บริการ และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัย Wahyudi & Yusra (2021) ที่พบว่า โปรโมชันและราคา มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ Yu et al. (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจจากการช้อปปิ้งกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจะลดลง เมื่อมีการใช้จ่ายเกินตัวระหว่างท่องเที่ยว ขณะที่ความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนกับความพึงพอใจในชีวิตจะลดลง เมื่อมีความเครียดเรื่องการเงิน

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ในบริบทของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยปัจจัยส่วนบุคคลสะท้อนให้เห็นว่า เป็นกลุ่มวัยนักเรียนนักศึกษาที่มีรายได้ไม่สูง แต่ต้องการการพักผ่อนและกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ สอดคล้องกับลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เน้นความเป็นธรรมชาติและคุณค่า ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มท้องถิ่นที่นิยมเที่ยวแบบใกล้บ้าน ใช้จ่ายน้อยเดินทางกับครอบครัว และให้ความสำคัญกับสินค้าของฝาก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในค่าใช้จ่ายต่อครั้ง เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการตลาดและการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมค่าใช้จ่าย และรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยการบริหารจัดการด้านราคา และความคุ้มค่าจะเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาและเพิ่มพูนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สามารถนำเสนอเป็นภาพองค์ความรู้ใหม่ ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ต่างอำเภอ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ควรพัฒนาระบบสมาชิกที่เน้นกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง โดยให้สิทธิพิเศษ เช่น ส่วนลด สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ละเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว

1.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลา 11.30 – 14.30 น. ควรวางแผนกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาความแออัดที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น จัดทำโปรแกรมพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมสวนในช่วง 08.30– 10.00 น. หรือหลัง 15.00 น. เช่น การแถมของที่ระลึกสำหรับการมาเที่ยวในเวลาที่ไม่เร่งด่วน เพื่อจูงใจให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน

1.3 นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท และชื่นชอบกิจกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าขายของฝากมากที่สุด ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่มีราคาสูงขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายต่อครั้ง เช่น ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ที่มีความพรีเมียม หรือจัดกิจกรรมสำหรับครอบครัว เช่น การทำขนมจากผลไม้ หรือการจัดสวนขนาดเล็ก โดยเก็บค่าบริการเพื่อให้เกิดการใช้จ่ายที่สูงขึ้นในขณะที่ยังมอบประสบการณ์ที่ตรงตามแรงจูงใจในการพักผ่อน

1.4 ควรให้ชุมชนมีบทบาทในการบริหารจัดการ เช่น การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือการเป็นมัคคุเทศก์ชุมชน เพื่อกระจายรายได้และเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น ความคาดหวังก่อนเดินทางเปรียบเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับจริง

2.2 ควรศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น ช่วงเทศกาลผลไม้และช่วงนอกฤดู เพื่อประเมินความสม่ำเสมอของคุณภาพการบริการ

2.3 ควรศึกษาสวนสาธารณะที่เปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น ๆ เพื่อให้เห็นจุดเด่น จุดด้อย และโอกาสในการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ พัทธระกุล. (2563). อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเล. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรรณิการ์ รุจิวิโรต. (2563). การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. https://hss.moph.go.th/HssDepartment/file_reference/20210510848815275.pdf.
- กันตพงศ์ คุ่มโนนชัย และอริบ จันทรสุริย์. (2565). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(4), 165-172.

- คุณัญญา ศูนย์ดำ และอศวิน จันทระสม. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนันทนาการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เกาะล้านเมืองพัทยา ชลบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 17(2), 111-120.
- ณัฐมน สังวาลย์ และประสพชัย พสุนนท์. (2566). คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 5(3), 54-67.
- ณัฐอร มหาทำนุโชค. (2565). แนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมตามวิถีชนบทของบ้านถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*, 4(3), 50-62.
- ทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว. (2563). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 10(2), 1-13.
- ธนศักดิ์ อินทร์ราช และอรชร มณีสงฆ์. (2566). พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยต่อการเข้าบูชาวัดมุงคล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 9(1), 88-105.
- สศิธรี เพ็ชรเอี่ยม, กุลยา อุปพงษ์ และศิริกานดา แหยมคง. (2568). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์. *วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน*, 3(2), 453-468.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2568). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สืบค้น 8 สิงหาคม 2568 จาก <https://surat.nso.go.th/statistical-information-service/infographic-interactive/infographic/one-page68.html>.
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed). Prentice-Hall.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed). Cengage Learning.
- Nasir, M. N. M., Mohamad, M., Ghani, N. I. A., & Afthanorhan, A. (2020). Testing mediation roles of place attachment and tourist satisfaction on destination attractiveness and destination loyalty relationship using phantom approach. *Management Science Letters*, 10(2), 443-454.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed). Pearson.
- Wahyudi, R., & Yusra, I. (2021). The effect of tourism promotion, prices and facilities on visitors' satisfaction of Sweet Water Beach tourism Padang. *Marketing Management Studies*, 1(2), 151-162.
- Yu, G. B., Sirgy, M. J., Bosnjak, M., & Lee, D. J. (2021). A preregistered study of the effect of shopping satisfaction during leisure travel on satisfaction with life overall: The mitigating role of financial concerns. *Journal of Travel Research*, 60(3), 639-655.