

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการและการรับรู้ความเสี่ยง
ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร

Social Network Usage Behavior Tourist Attraction Image Service Quality and
Perceived Risk Affect Revisit Intention Naturel Based Tourism in Chumphon
Province of Tourists from Bangkok Metropolitan Region

บุญยณูช พลปลัดพี
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Bunyanuch Polpattapee
E-mail: 6614131027
@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล ปัจจัยได้แก่ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยง โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี 3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการเปิดรับข้อมูล ($\bar{X} = 4.11$) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) คุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ($\bar{X} = 4.05$) ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ($\bar{X} = 4.05$) การรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.00$) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.00$) ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพรของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพ มหานครและปริมณฑลที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพรโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ด้านการเปิดรับประสบการณ์ และด้านการเปิดรับข้อมูล นอกจากนั้น คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจ

และรู้จักลูกค้า รวมถึง ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงินมีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ

Abstract

The purpose of this study is to examine the social network usage behavior, tourist attraction image, service quality and perceived risk affect revisit intention naturel based tourism in Chumphon Province of tourists from Bangkok Metropolitan Region, factors include demographic factors, social network usage behavior, tourist attraction image, service quality, perceived risk. The 400 samples were drawn from tourists from Bangkok Metropolitan Region. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most tourists from Bangkok Metropolitan Region of the respondents were female, aged 30 - 40 years, received Bachelor's Degree, civil servants or state enterprise employees and received monthly income of 20,001- 30,000 bath. Social network usage behavior were at high level ($\bar{X} = 4.05$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were information receptivity ($\bar{X} = 4.11$). Tourist attraction image was at the high level ($\bar{X} = 4.06$). Service quality were at high level ($\bar{X} = 4.04$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were tangibles, reliability ($\bar{X} = 4.05$). Perceived risk was at moderate level ($\bar{X} = 2.96$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were financial risk ($\bar{X} = 3.00$). Revisit intention naturel based tourism in Chumphon Province of tourists from Bangkok Metropolitan Region was rated at the high level ($\bar{X} = 4.13$).

The results of hypothesis test show that (1) the tourists from Bangkok Metropolitan Region with different age and education had different overall revisit intention naturel based tourism in Chumphon Province at statistical significance of 0.05 levels. (2) Social network usage behavior; experience receptivity, information receptivity, in addition, service quality; tangibles, responsive, empathy, including, tourist attraction image and perceived risk; financial risk had effect the revisit intention naturel based tourism in Chumphon Province of tourists from Bangkok Metropolitan Region at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Revisit Intention Naturel Based Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโลก ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา การท่องเที่ยวได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยอยู่ ตลอดจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศและในบางประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศนั้นๆ (ปิยะนุช มีเหว่าพันธ์, 2556) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่เพียงแต่เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจโลกเท่านั้น แต่ยังสามารถเติบโตได้เร็วกว่าเศรษฐกิจโลกโดยรวม ซึ่งมูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก จากการคาดการณ์ในปี ค.ศ. 2033 จะมีมูลค่าถึง 15.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.6 ของเศรษฐกิจโลก โดยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 จากมูลค่า 10 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2019 คิดเป็นร้อยละ 10.4 ของเศรษฐกิจโลก (World Travel & Tourism Council, 2023) ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในช่วงหลายปีที่

ผ่านมา และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ดุลบัญชีเดินสะพัดของไทยเกินดุลต่อเนื่อง สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยช่วงครึ่งปีแรกของปีพ.ศ. 2567 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 17.50 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2566 นับว่าเป็นการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่าชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2562 คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มีจำนวน 100.09 ล้านคน เติบโตร้อยละ 10.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2565 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) บวกกับการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รัฐบาลได้ออกมาตรการลดหย่อนภาษี การท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัดทำให้การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ในช่วงครึ่งแรกของปีพ.ศ. 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้จำนวน 11.92 ล้านคนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2566 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2566 ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หรือ Ecotourism นับเป็นแนวทางยอดฮิตที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากจากคนทั่วโลก เป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกจากความสวยงามในเชิงทัศนียภาพ การได้เห็นวิถีชีวิตและร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดเป็นอีกเหตุผลที่ดึงดูดใจให้คนหันมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์กันเพิ่มขึ้นอย่างมาก (JPTRAVELSTORE, 2022) สำหรับจังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ จึงเป็นที่มาของคำขวัญที่ว่า "ชุมพรประตูสู่ภาคใต้" เป็นเมืองที่เก่าแก่และมีความเป็นมาที่ยาวนาน มีหาดทรายทอดตัวยาวถึง 222 กิโลเมตร มีเกาะกว่า 30 เกาะ ความสวยงามของท้องทะเลสีคราม ความร่มรื่นอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ แนวปะการัง ดอกไม้ทะเล และฝูงปลาหลากชนิด เหมาะแก่การที่นักท่องเที่ยวจะได้มาสัมผัสความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จังหวัดชุมพร (จังหวัดชุมพร, 2013) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพ มหานครและปริมณฑล เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดชุมพร คุณภาพการให้บริการ ให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัดชุมพร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร
4. สำหรับจังหวัดชุมพร และผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัด ชุมพร ให้ดีขึ้นหรือต่อยอดในทางธุรกิจ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าและการใช้บริการจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจต่อการบริโภคสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดความประทับใจ และมีความรู้สึก มีทัศนคติในทางบวก ส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าและบริการซ้ำอีกครั้ง โดยการกลับมาซื้อซ้ำนั้นได้ผ่านกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภคหลายขั้นตอน (Kotler & Keller, 2009) ส่วน Weaver and Laura (2002) พบว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ทำให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจและได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวครั้งที่ผ่านมา โดยได้แบ่งประเภทของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 แบบ ได้แก่ (1) Latent หมายความว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับประสบการณ์ในการได้ท่องเที่ยวครั้งนั้นเป็นอย่างมาก แต่มีค่าใช้จ่ายสูงทำให้ไม่กลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีก (2) High หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีในระดับสูง ต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น ทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอยู่เสมอ และยังทำหน้าที่เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ บอกต่อถึงความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดี (3) Low หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความภักดีในระดับต่ำหรือไม่มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์ไม่เป็นที่น่าพอใจ หรือไม่ตรงกับความคาดหวัง จึงเป็นผลให้ไม่คิดจะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ (4) Spurious หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำด้วยเหตุผลอื่น ๆ นอกจากความพึงพอใจหรือความภักดี อาจมีสาเหตุจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่ถูกใจ และชื่นชอบของคนรอบข้าง ดังนั้น จำนวนที่ลดลงของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว จึงไม่ได้แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมน้อยลง

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

การเปิดรับสื่อคือ พฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยาที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อข่าวสารโดยมีกระบวนการเลือกสรรที่แตกต่างกัน และกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารว่า เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนดังนี้

- (1) การเปิดรับ (2) การเลือกให้ความสนใจ (3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (4) การเลือกจดจำ คือการเลือกสนใจรับรู้และตีความข่าวสารนั้นไปตามทัศนคติและความเชื่อของบุคคล (Klapper, 1960) ในขณะที่ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

สามารถจำแนกได้ (1) การเปิดรับข้อมูล และ (2) การเปิดรับประสบการณ์ (Samuel, 1978) ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ คือ แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้คนจากทั่วโลกสามารถแบ่งปันความคิดและแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ได้ (Weber, 2009)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ คือ ความรู้สึกที่สร้างขึ้นมาจากเฉพาะบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) ประกอบด้วย ข้อเท็จจริง ซึ่งบุคคลจะเก็บความรู้ในเชิงอัตวิสัยที่ได้มาจากประสบการณ์หรือสิ่งต่างๆ ที่พบเจอและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากธรรมชาติของแต่ละบุคคลไม่สามารถที่จะทำความเข้าใจกับสิ่งที่พบเจอได้ทุกอย่าง (Kenneth, 1975) โดยจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) (2) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4) ที่พัก (Accommodation) (5) กิจกรรม (Activities) (Pike & Ryan, 2004)

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงเทียบกับความคาดหวังจากการรับบริการนั้น หากว่าการรับรู้ในบริการที่ได้รับมานั้นมีน้อยกว่าความคาดหวังจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับมานั้นมากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังคุณภาพการให้บริการก็จะมีคุณภาพนั่นเอง (Schmenner, 1995) ซึ่งสามารถวัดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริงโดยเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL โดยกำหนดมิติคุณภาพการบริการ ออกเป็น 5 มิติ ได้แก่

(1) ด้านการสัมผัสและการรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibility) (2) ด้านความน่าเชื่อถือของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability) (3) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) (4) ด้านความรู้ความสามารถที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและเชื่อถือ (Assurance) (5) ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) (Parasuraman et al., 1988)

6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยงหมายถึง ความไม่แน่นอนที่รับรู้ได้ถึงสินค้าและบริการหนึ่ง ๆ ของลูกค้าที่ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบกับการซื้อหรือใช้บริการ หากลูกค้ารับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในระดับที่มากแสดงว่าเกิดความไม่แน่นอนในเชิงลบที่มีความสำคัญ (Cunningham, 1967) นอกจากนั้น การรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และ ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Nguyen & Nguyen 2017)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลใดช่วงระยะเวลาในเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติเข้า จังหวัดชุมพร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลัก ที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัย ที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ การตอบสนองลูกค้า การให้ความ มั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านกายภาพ และ ความเสี่ยงด้านเวลา มีจำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ ทักษะคิด และการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำความเข้าใจความหมาย ของตัวแปรต่างๆ สามารถ วัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปร ทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมี การใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการ วิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบ คุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence–IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุก ข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.99 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์โดยภาพรวมเท่ากับ 0.905 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการเปิดรับข้อมูล เท่ากับ 0.883 และด้านการเปิดรับประสบการณ์ เท่ากับ 0.850 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 0.926 คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม เท่ากับ 0.965 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการเท่ากับ 0.890 ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการเท่ากับ 0.900 ด้านการตอบสนองลูกค้าเท่ากับ 0.869 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าเท่ากับ 0.858 และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าเท่ากับ 0.890 และการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวม เท่ากับ 0.935 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ความเสี่ยงด้านการเงินเท่ากับ 0.722 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพเท่ากับ 0.710 ความเสี่ยงด้านกายภาพเท่ากับ 0.831และความเสี่ยงด้านเวลา เท่ากับ 0.849 และความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพรของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.917

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ ทศนคติ และการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านการลงทุน การสื่อสารแบบบอกต่อ และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการเปิดรับข้อมูล และ ด้านการเปิดรับประสบการณ์

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านกายภาพ และ ความเสี่ยงด้านเวลา

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยด้านการเปิดรับข้อมูล และด้านการเปิดรับประสบการณ์ ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับประสบการณ์ และด้านการเปิดรับข้อมูล มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพรของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านกายภาพ และความเสี่ยงด้านเวลา ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน มีผลต่อ

ความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ ด้านกายภาพ และด้านเวลา ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะนึกถึงจังหวัดชุมพรเป็นที่แรก อาจเนื่องจาก พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพการให้บริการ ได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย มีการดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ในอนาคต ท่านมีแนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดชุมพรอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑิตา ตันติพันธุ์วดี (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับไปเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด - 19 โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด - 19 มีระดับความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวภูเก็ตซ้ำในช่วงการระบาดของโควิด - 19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ดังนั้น เพศที่ต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำจะต่างกัน อาชีพที่ต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำจะต่างกัน และรายได้ต่อเดือนต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำจะต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ วัชรพล พิศารเชตร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า เพศ และอาชีพ ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย ไม่ต่างกัน

2.2 นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ดังนั้น รายได้ต่อเดือนต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำจะต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินี คำเชื่อน (2566) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การตลาดเชิงประสบการณ์ และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซ้ำของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบดระลอกใหม่ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทำให้ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำโดยภาพรวมไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ตามลำดับ

2.3 นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่า อายุ และระดับการศึกษามีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเนื่องจากแต่ละช่วงอายุ และระดับการศึกษาอาจมีอิทธิพลต่อมุมมองและพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ วัชรพล พิศารเชตร (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิง

ส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทยต่างกัน

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล ในระดับมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สามารถมอบประสบการณ์ที่คุ้มค่าและตรงกับความต้องการของพวกเขา หากสถานที่นั้นมีธรรมชาติที่สวยงาม มีกิจกรรมที่ดึงดูดใจ ย่อมกระตุ้นให้พวกเขาต้องการกลับไปสัมผัสอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมารณ์ รอดสมจิตต์ (2565) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามันโดยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล ส่งผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ในระดับมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สามารถมอบประสบการณ์ที่คุ้มค่าและตรงกับความต้องการของพวกเขา หากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางครั้งก่อนสามารถสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในสถานที่ท่องเที่ยวที่ดี ย่อมกระตุ้นให้พวกเขาต้องการกลับไปสัมผัสอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมารณ์ รอดสมจิตต์ (2565) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามันโดยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ส่งผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมในระดับมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความประทับใจ หากสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวก มีระบบขนส่งที่ดี เส้นทางปลอดภัย และใช้เวลาเดินทางไม่มาก ย่อมเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับไปเยือนอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมารณ์ รอดสมจิตต์ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามัน โดยพบว่า ด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ผังทะเลอันดามันของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของนักลงทุนในเขต กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการในระดับมาก เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์และมาตรฐานการบริการของแหล่งท่องเที่ยว หากพนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ สะอาดเรียบร้อย และเหมาะสมกับสถานที่ ย่อมสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ย่อมสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยว ต้องการกลับมาเยือนอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้

บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต โดยพบว่าคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต

5.2 คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้าในระดับมาก เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์และมาตรฐานการบริการของแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่เป็นมิตร ใส่ใจย่อมสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยว ต้องการกลับมาเยือนอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ช.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

5.3 คุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าในระดับมาก เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์และมาตรฐานการบริการของแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกย่อมสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเยือนอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเซตร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการใน ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

5.4 คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ ในระดับมาก เนื่องจากประเทศไทยมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาเยือน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการให้บริการที่เป็นมาตรฐานสากลอยู่แล้ว โดยที่ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีความรอบรู้ประวัติของแหล่งท่องเที่ยว ของดี ของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว มีการสร้างประสบการณ์ร่วมกันจากการจัดกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นความมีอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยนเป็นกันเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอยู่แล้ว ทำให้ความน่าเชื่อถือของการให้บริการไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเซตร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการใน ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

5.5 คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ในระดับมาก เนื่องจากประเทศไทยมีหน่วยงานกำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวกำหนดให้แหล่งท่องเที่ยว สร้างมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล โดยที่ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวต่างสร้างจุดแข็งโดยสร้างความประทับใจด้านการให้บริการที่เป็นกันเอง สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ทำให้ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเซตร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการใน ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

6. ผลการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการเงิน ในระดับปานกลาง เนื่องจากหากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับไม่ตรงกับสิ่งที่โฆษณาไว้หลังจากชำระเงินแล้ว และเกิดความกังวลว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอาจสูงกว่าความเป็นจริง อาจส่งผลต่อความพึงพอใจและมีผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี คำเชือน (2566) ได้ศึกษา อิทธิพลภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การตลาดเชิงประสบการณ์ และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซ้ำของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซ้ำ

6.2 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง เนื่องจาก พนักงานเจ้าหน้าที่ที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ชัดเจนตรงประเด็นมีความรอบรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดีให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ จึงทำให้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเขตร (2564) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ ไม่ส่งผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.3 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความเสี่ยง ด้านกายภาพ ในระดับปานกลาง เนื่องจาก มีมาตรการด้านความปลอดภัยด้านโรคติดต่อ โรคระบาดของท้องถิ่น หน่วยงานกำกับดูแลทางด้านสาธารณสุขร่วมกับหน่วยบริการของแหล่งท่องเที่ยว มีการทำงานร่วมกันที่มีมาตรฐานระดับสากล มุ่งเน้นให้ความสำคัญปลอดภัยทั้งด้านร่างกายและจิตใจสร้างความตระหนักรู้ให้กับนักท่องเที่ยวด้านสุขอนามัย ความปลอดภัยต่อร่างกายและด้านทรัพย์สินมีการซ้อมปฏิบัติการด้านบรรเทาสาธารณภัยตามหลักสากล เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเขตร (2564) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ ไม่ส่งผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.4 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา ไม่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ จังหวัด ชุมพร ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา ในระดับปานกลาง เนื่องจาก สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดชุมพร มีหลายที่ที่น่าสนใจน่าประทับใจ ความเป็นตามธรรมชาติมีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ บรรยากาศดีอากาศบริสุทธิ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไปเมื่อเทียบกับความเพลิดเพลินกับธรรมชาติของป่าที่สมบูรณ์ทำให้ต้องกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ จึงทำให้ความเสี่ยงด้านเวลา ไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล พิศารเขตร (2564) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย โดยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา ไม่ส่งผลต่อระดับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวทางธรรมชาติซ้ำ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นที่น่าท่องเที่ยวมากขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงระดับความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำจังหวัดชุมพรในภาพรวมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ 5 ครั้งที่ 4. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2568 , จาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/group2.php>.
- จังหวัดชุมพร. (2013). ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2568 , จาก https://www.chumphon.go.th/2013/page/tourism_info.
- จิตติภา ตันติพันธุ์ดี. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับไปเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด – 19. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปิยะนุช มีเหว่าพันธ์. (2556). ความเป็นมาและความสำคัญของการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://chaisupar3.wordpress.com/>
- พลธนธรรณ ประดิษฐ์เวทย์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ธ.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภาวิณี คำเชื่อน. (2566). อิทธิพลภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การตลาดเชิงประสบการณ์ และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซ้ำของนักท่องเที่ยวจาก กรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วัชรพล พิศารเซตร. (2564). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อุมาภรณ์ รอดสมจิตต์. (2565). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อความตั้งใจไปเที่ยวซ้ำที่หมู่เกาะภาคใต้ ฝั่งทะเลอันดามัน. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Cunningham, S.M. (1967) The Major Dimensions of Perceived Risk. Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, 82-108.
- JPTRAVELSTORE, (2022). ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เทรนใหม่มาแรง! ปี 2023. Retrieved February 19, 2025, from WP.<https://jptravelstore.com/TH-2023>.

- Kenneth E.B. (1975). *The Image : Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor : The University of Michigan.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (12th Edition ed.)*. Edinburgh Gate:Pearson Education Limited.
- Nguyen, T. D. & Nguyen, T.C.H. (2017). The role of perceived risk on intention to use online banking in Vietnam.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*.
- Pike, S. & Ryan, C. (2004). Destination Positioning Analysis Through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions. *Journal of Travel Research*, 42 (4), 333-342.
- Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60
- Samuel L. (1978). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company, Glenview.
- Schmenner, R. W. (1995). *Service operations management*. Englewood Cliifs: NJ Prentice-Hall.
- Weaver, D., & Laura, L. (2002). *Tourism management*. Australia: Kyodo Printing.
- Weber, L. (2009). *Marketing To The Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business (2nd ed)*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- World Travel & Tourism Council. (2023). *Global Summit Report Rwanda, 1-3 November 2023*. Retrieved February 23, 2025, from <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2023/GS23-Global%20Summit%20Report%20151223.pdf>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)*. New York: Harper and Row Publications.