



การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

พิมพ์พร เกษดี

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, เพชรบูรณ์

pimpornkes@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 และมีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.67) และอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69)

คำสำคัญ: อุปสงค์การท่องเที่ยว ทุ่งทานตะวัน อบต. บ้านโคก



A Study of Tourism Demand for Sunflower Fields, Ban Khok Subdistrict Administrative Organization of the People of Mueang Phetchabun District.

Pimporn Kesdee

Economics Program, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University
pimpornkes@pcru.ac.th

Abstract

A Study on Tourism Demand for Sunflower Field Tourism at Ban Khok Subdistrict Administrative Organization of the people of Mueang Phetchabun District. The objective of this study was to study the factors of tourism demand for sunflower fields at Ban Khok Subdistrict Administrative Organization of the people of Mueang Phetchabun District. The method was collecting data by questionnaires. The sample group was 400 people in Mueang Phetchabun District. Descriptive statistical analysis consisted of mean, percentage, standard deviation. It found that most of the samples were 275 females representing 68.75 percent, and 141 respondents under 25 years old, 35.25 percent. There were 198 respondents, 49.50 percent of students with lower than bachelor's degree. There were 187 respondents were students, representing 46.75 percent. The average income of 198 respondents was between 5000-10,000 baht or 49.50 percent. Factors that determine the demand for sunflower field tourism, Ban Khok Subdistrict Administrative Organization. of the people of Mueang Phetchabun District Overall, it was at a high level ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.67) and the demand for sunflower field tourism at Ban Khok Subdistrict Administrative Organization. of the people of Mueang Phetchabun District Overall, it was at a high level ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69).

Keywords: Tourism Demand Sunflower Field Ban Khok Subdistrict Administrative Organization



1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผล ประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิด งานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียด พร้อมกับ การได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในด้านเศรษฐกิจไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนของด้านวัฒนธรรม ปกติรูปแบบวิถีชีวิตของคนในสังคมในทุก ๆ สังคม จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว จะช้าหรือเร็วก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยจากทั้งภายนอกและภายในมาเป็นตัวกระตุ้น จะพัฒนาไปในทางที่ดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งสองนั้นตลอดจนสภาพสังคมนั้นประกอบด้วย เช่นเดียวกับการที่หากสังคมใดต้องการเปลี่ยนแปลงตัวเองจากสังคมเดิมตามปกติมาเป็นสังคมที่เปิดกว้างพร้อมรับการเข้ามาของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว สังคมนั้นก็จะยิ่งมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นหลายเท่าตัว เนื่องจากการท่องเที่ยวต้องเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจหลายฝ่าย ต้องเกี่ยวข้องกับคนหลายคน ต้องเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความต้องการของคนที่หลากหลาย

ผลของการท่องเที่ยวอาจไม่ได้ส่งผลต่อการทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นต้องเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใด แต่อาจค่อย ๆ ซึมซับอย่างช้า ๆ ธุรกิจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคต่าง ๆ ที่มีความล่อแหลมต่อความรับผิดชอบ ในวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ จึงควรตระหนัก หมั่นสังเกตติดตาม พัฒนานำวัฒนธรรมในสิ่งที่ดี และวัฒนธรรมภายนอกที่แตกต่างจากของตนมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแต่ต้องไม่ลืมคุณค่าวัฒนธรรมเดิมของตนด้วย และด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการมีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น และสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อันเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า ฉันทิช วรรณธอม [1]

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและมีคุณค่าทางด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรม อีกทั้งความมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือบทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และในปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจต่อประเทศไทยมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ความหลากหลายทางภูมิศาสตร์

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ปลະเป้าหมายการท่องเที่ยวที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา [2]

การท่องเที่ยว ก็คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไร ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม สำหรับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบูรณ์มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเพชรบูรณ์ จึงทำให้มีผลจากรายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และสำหรับปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างหลากหลาย อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อผลิตผลิตินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้รับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทุกท่านตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ เกษตร ขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ซึ่งได้ปลูกทานตะวันต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวช่วงฤดูหนาว การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุกท่านตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการผลักดันส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้แก่ชุมชน

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยของอุปสงค์การท่องเที่ยวทุกท่านตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

3. แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษานี้จากเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน [3] กล่าวว่า อุปสงค์ต่อราคา คือจำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดนั้น ในระยะเวลาที่กำหนด

คำว่า “ต้องการซื้อ” ในคานียามข้างต้นมิได้หมายถึงความต้องการในความหมายทั่วไป (want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือผู้บริโภคจะ ต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (ability and willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ด้วย

สามารถแบ่งอุปสงค์ได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. อุปสงค์ต่อราคา (price demand)
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand)
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (cross demand)

แม้ว่าจะแบ่งอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด แต่อุปสงค์ชนิดที่นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสำคัญมากที่สุด คืออุปสงค์ต่อราคา (price demand) ด้วยเหตุนี้นักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปจึงมักเรียกอุปสงค์ต่อราคา เพียงสั้นๆ ว่า “อุปสงค์”

ดังนั้นในการศึกษานี้ในครั้งนี อุปสงค์การท่องเที่ยวทุกท่านตะวันออกเฉียงใต้ คือ ความต้องการท่องเที่ยวทุกท่านตะวันออกเฉียงใต้ของผู้ต้องการซื้อบริการได้แก่ ประชาชนหรือนักท่องเที่ยว และต้องเป็นอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพหมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้แก่การยอมเสียสละเงินหรืองบประมาณเพื่อแลกมาซึ่งบริการหรือสินค้าต่าง ๆ



เหล่านั้นเพื่อมาบำบัดความต้องการของตน และนักท่องเที่ยวจะต้องมีความสามารถที่จะซื้อหรืออำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

วิรุณสิริ ใจมา [4] ให้ความหมาย ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ได้แก่ ราคาของสินค้าชนิดนั้น รายได้ ของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภค และการคาดคะเนเกี่ยวกับราคา สินค้าในอนาคต

เสาวลักษณ์ ปโกฎิประภา [5] ให้ความหมาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการชนิดใด ๆ เป็นปริมาณมากน้อยเพียงใดย่อมต้องพิจารณาสินค้าและบริการชนิดนั้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น ที่มีอิทธิพลในการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อ เช่น รสนิยมของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่น รายได้ของผู้บริโภค การคาดคะเนราคา ตลอดจน กฎระเบียบต่าง ๆ ของรัฐบาล ข่าวสารข้อมูล จำนวนประชากรและการกระจายรายได้ เป็นต้น

สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน [6] ได้อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์เกิดได้หลายปัจจัย โดยปัจจัยที่สำคัญ เช่น รายได้ โดยทั่วไปหารายได้เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะมีความต้องการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เรียกสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าปกติ (Normal goods) ราคาของสินค้าชนิดอื่น โดยถ้าเป็นเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitute goods) เมื่อราคาสินค้า x เพิ่มขึ้น ความต้องการของสินค้า y จะเพิ่มขึ้นด้วย (เอาไปใช้ทดแทน x) ในขณะที่ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกัน (Complementary goods) เมื่อราคาสินค้า x เพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้า y จะลดลง ส่วนรสนิยมและความชอบที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในหน้าหนาวผู้บริโภคอาจจะชอบกาแฟร้อนมากขึ้น ดังนั้นความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์มีความสำคัญมากต่อการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ตัวอย่างของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (สินค้าที่ไม่มีในระบบตลาด) นอกจากสินค้าทั่วไปที่พบเห็นได้ในตลาดแล้ว นักเศรษฐศาสตร์ในบางสาขาก็ยังศึกษาสินค้าและบริการที่ไม่มีในระบบตลาดผ่านอุปสงค์เช่นกัน เช่น นักเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของคนที่ใช้แบบจำลองต้นทุนการเที่ยว (Travel Cost Model: TCM) ซึ่งเป็นการศึกษาอุปสงค์การเที่ยวโดยใช้ราคาค่าเดินทางในการเที่ยวแทนราคาของการเที่ยว และความถี่ในการเที่ยวแทนปริมาณสินค้าการเที่ยว และยังสามารถศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์ ในตัวอย่างของ Pongkijvorasin and Chotiyaputta [7] ได้ศึกษาอุปสงค์การเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยพบว่าความถี่ของนักท่องเที่ยว (N) แปรผันในทางตรงข้ามกับราคา ค่าเดินทางมาเที่ยว (TC) ซึ่งเป็นไปตามกฎอุปสงค์ โดยสามารถหาอุปสงค์ของการเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติได้

วิทวัส รุ่งเรืองผล [8] ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัย ต่าง ๆ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological) ปัจจัยด้านข่าวสารและข้อมูล (Information Factors) ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situation Factors)

ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีความต้องการและความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันไป ปัจจัยทางด้านสังคมจึงมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ วัฒนธรรม ชั้นชนทางสังคม บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคล ครอบครัวและครัวเรือน

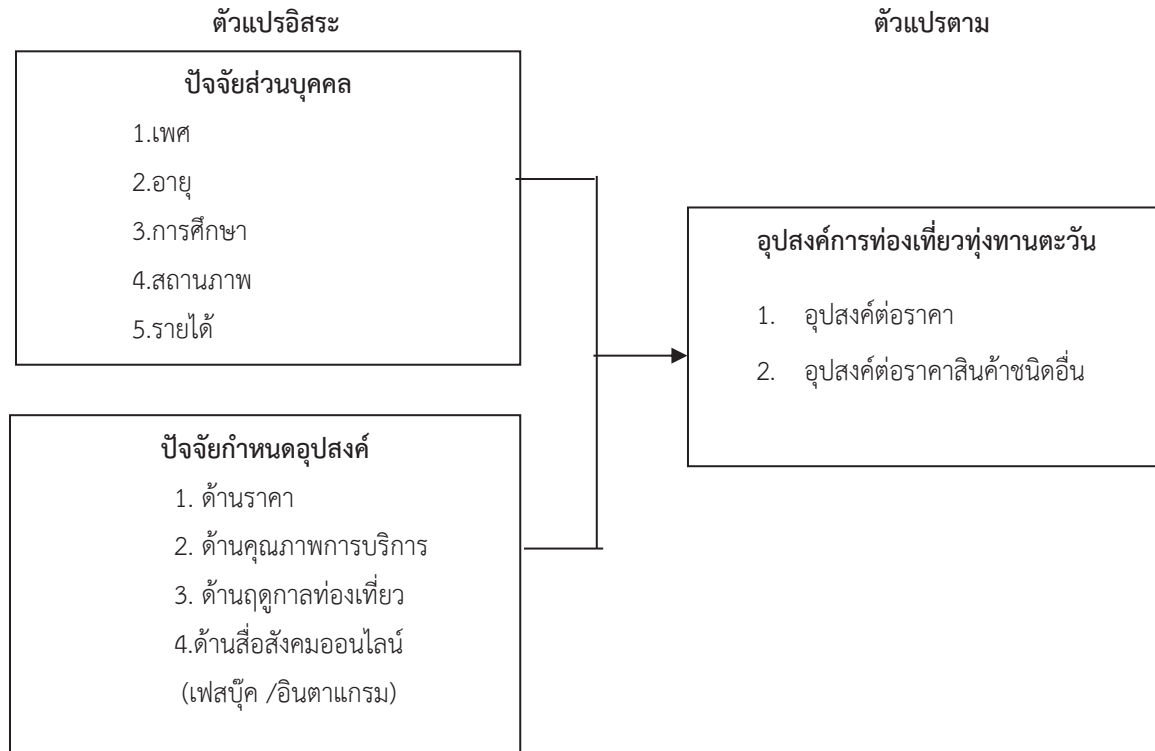
ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ

ปัจจัยด้านข่าวสารและข้อมูล (Information Factors) หมายถึง ข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ ข้อมูลทางการค้า ผ่านกลุ่มอ้างอิง ครอบครัวที่ผู้บริโภคเป็นสมาชิก หรือผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ

ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situation Factors) จะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ และการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยมีปัจจัยด้านสถานการณ์ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เวลา สถานที่ และบรรยากาศ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาหาตัวแปรต่าง ๆ ที่จะนำมาศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดในการศึกษา

4. วิธีดำเนินการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์จำนวน 981,940 คน สำนักงานสถิติแห่งชาติ [9] กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเนะ Yamane [10] ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามแบบผู้ตอบเอง (self-administration questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (close-end questions) โดยแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ และส่วนที่ 3 อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวทุ่งทานตะวัน การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบนำร่อง (pretest) จำนวน 30 ชุด และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นวิธีทดสอบค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้และแพร่หลายสำหรับการทำวิจัยเชิงปริมาณ Prasith-rathsint [11] โดยพบว่า ข้อคำถามต่าง ๆ ในแบบสอบถามชุดนี้ มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมที่



0.762 จึงถือว่า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง Punyaratabandhu [12] สามารถนำแบบสอบถามดังกล่าวไปเก็บข้อมูลได้จริง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่ากลางสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (mean) ค่ามัธยฐาน (median) ค่าฐานนิยม (mode) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviations: SD) กัลยา วานิชย์บัญชา [13]

สำหรับการแปลความหมายแบบ Likert Scale โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ค่าของคะแนนเฉลี่ย ซึ่งจะมีค่าระหว่าง 1 – 5 คะแนน โดยจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งงานตะวันออกเฉียงใต้การบริการส่วนตำบลบ้านโคกของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 400

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	125	31.25
หญิง	275	68.75
อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	141	35.25
26-35 ปี	85	21.25
36-46 ปี	76	19.00
46-59 ปี	68	17.00
60 ปีขึ้นไป	30	7.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	198	49.50
ปริญญาตรี	127	31.75
สูงกว่าปริญญาตรี	75	18.75

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

n = 400

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	119	29.7
สมรส	264	66.0
หย่าร้าง	17	4.3
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	187	46.75
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	89	22.25
พนักงานบริษัทเอกชน	79	19.75
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	45	11.25
อื่น ๆ	-	0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5,000 - 10,000 บาท	198	49.50
10,001 - 15,000 บาท	157	39.25
15,000 บาทขึ้นไป	45	11.25

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 และมีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 และน้อยที่สุดอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านราคา	3.57	0.57	มาก
ด้านคุณภาพการบริการ	3.77	0.65	มาก
ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว	3.82	0.71	มาก
ด้านสื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ก / อินตาแกรม)	4.01	0.75	มาก
รวมเฉลี่ย	3.79	0.67	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติวนอุทยานแห่งชาติบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.67)



ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก อำเภอเมืองเพชรบูรณ์

อุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก อำเภอเมืองเพชรบูรณ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านอุปสงค์ต่อราคา			
1. ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.69	0.58	มาก
2. อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด รสชาติดี	3.58	0.54	มาก
3. มีสินค้าของฝาก ของที่ระลึกหลากหลาย	3.48	0.62	มาก
4. ท่านยินดีจ่ายเงินเพื่อสนับสนุนการเข้าใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	3.56	0.54	มาก
ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น			
5. ที่ตั้งของทุ่งทานตะวันระยะทางไม่ไกล	3.82	0.72	มาก
6. การเดินทางสะดวก การคมนาคมสะดวก	3.86	0.78	มาก
7. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.78	0.65	มาก
8. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ หรือการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจ ทุ่งทานตะวัน (เว็บไซต์/เฟสบุ๊ก/อินตาแกรม)	3.77	0.65	มาก
9. มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.82	มาก
10. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้องน้ำ จุดอำนวยความสะดวกสถานที่ท่องเที่ยว	3.77	0.65	มาก
11. คนในท้องถิ่น/ชุมชน มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.60	0.59	มาก
12. มีวิถีชีวิต วิถีชุมชน วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.84	0.73	มาก
13. ท่านคิดว่าเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลหรือมีคหุเทศก์ท้องถิ่น/ชุมชน ณ ทุ่งทานตะวันให้ ความสำคัญต่อการท่องเที่ยว	3.58	0.64	มาก
14. ท่านมาท่องเที่ยวเพื่อถ่ายภาพลงสื่อออนไลน์ (เฟสบุ๊ก/อินตาแกรม)	4.25	0.86	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	3.77	0.69	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69)

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ สอดคล้องกับสิริธัญญา ชาติเผือก, และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์ วัฒนชัย [14] ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ กลุ่มเพื่อน ญาติ และภาพถ่ายจากเพื่อน รองลงมา รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของอุทยาน และดารานักแสดง ปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับชุตินา นุตยะสกุล, และ ประสพชัย พสุนนท์ [15] ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยการ

ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำมีจำนวน 8 ด้าน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว และอารีรต์น ทิพย์พันธ์ [16] ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวได้แก่ด้านฤดูกาลท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด โดยที่อุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ด้านอุปสงค์ต่อราคา ในเรื่องของราคาสินค้าและบริการ มีความสำคัญมาก ส่วนด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นในด้านการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายภาพลงสื่อออนไลน์ (เฟสบุ๊ค/อินตาแกรม) มีความสำคัญมากที่สุด

7. สรุปผลการวิจัย

สำหรับผลการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 และมีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 และน้อยที่สุดอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79, S.D. = 0.67$) และอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77, S.D. = 0.69$)

8. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวทุ่งทานตะวันองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก ของประชาชนอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ พบข้อมูลที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งเพิ่มกิจกรรมไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านเส้นทางเข้าร่วม กิจกรรมภายในวัดในพื้นที่ใกล้เคียงองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโคก รวมทั้งเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉันทช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- [2] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [3] วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. (2558). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [4] วิรุณสิริ ไจมา. (2553). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] เสาวลักษณ์ ปโกฏิประภา. (2548). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [6] สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน. (2561). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น การวิเคราะห์และประยุกต์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] Pongkijvorasin, S. and Chotiyaputta, V. (2013). "Climate change and tourism: Impacts and responses. A



- case study of Khaoyai National Park.” Tourism Management Perspectives 5: 10-17.
- [8] วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2563). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.
- [10] Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.
- [11] Prasith-rathsint, S. (2003). *Research Methodology for Social Science*. 12th ed. Samlada.
- [12] Punyaratabandhu, S. (2014). *Research Methodology for Public Administration*. 14th ed. Bangkok: Semadham.
- [13] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [14] สิริัญญาชาติเผือก, และ บุญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13 (2), 134-153.
- [15] ชุติมา นุตยะสกุล, และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกรท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10 (1), 132-150.
- [16] อารีรัตน์ ทิพย์พันธ์. (2552). **อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.