

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ  
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดบึงกาฬ  
The Behaviors and Needs of Tourists towards  
the Nature-based Tourism Attractions in  
Bueng Kan Province



คเชนทร์ วัฒนะโกศล\*<sup>1</sup>, วันทกาญจน์ สีมาโรฤทธิ์ การ์ด<sup>2</sup>  
Khachen Watthanakosol<sup>1</sup>, Wantakan Seemarorit Card<sup>2</sup>

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม  
Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University  
First/Corresponding Author, E-mail: khachen.w@sru.ac.th\*

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ และเพื่อศึกษาความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเลือกแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบทีและการทดสอบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ นิยมเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อนสนิท และส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรกด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่า 5,000 บาท/ครั้ง สถานที่เลือกชมเที่ยวเป็นอันดับแรก คือ สถานที่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ด้วยการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยได้พักค้างแรมที่รีสอร์ทใกล้เคียงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและชื่นชมธรรมชาติ สถานที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวนแห่งชาติภูสิงห์ สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก



( $\bar{X}$ =3.96; S.D.=0.49) ด้านที่มีความต้องการมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ( $\bar{X}$ =4.16; S.D.=0.54) และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ( $\bar{X}$ =3.44; S.D.=0.90) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีพฤติกรรมและความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัดบึงกาฬแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ แตกต่างกัน พฤติกรรมและความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ จังหวัดบึงกาฬไม่แตกต่างกัน องค์ความรู้จากการวิจัย คือ พฤติกรรมและความต้องการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้าน ผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการบริการ สามารถ นำมาใช้เป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดบึงกาฬ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการท่องเที่ยว; ความต้องการของนักท่องเที่ยว; แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ; จังหวัดบึงกาฬ

## Abstract

The objectives of research article are to study the behavior of tourists towards natural tourist attractions in Bueng Kan Province and to study the marketing mixed needs of tourists towards natural tourist attractions in Bueng Kan Province. There is a quantitative research. There are 400 participants obtained through a random sampling of tourists who travel in Bueng Kan Province. A questionnaire is employed as a research tool. The collected data are analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. In addition, inferential statistics such as t-Test and f-Test are applied for hypothesis testing.

The study found that the behavior of tourists who mostly live in Bueng Kan Province properly like to travel in groups with friends. Most of them travel in the first time by private car and spend money less than 5,000 baht per time. The first tourist site is at the famous places where are found by searching on the internet. They stay overnight at a nearby

resort for relaxing and appreciating the nature. The most favorite tourist attraction is at Phu Sing National Wildlife Sanctuary. According to the needs of tourists, the overall needs of tourists are at a high level ( $\bar{X}=3.96$ ; S.D.=0.49). For each aspect need, the tourism people have the highest need ( $\bar{X}=4.16$ ; S.D.=0.54), while the tourism products have the lowest need ( $\bar{X}=3.44$ ; S.D.=0.90). Further, the study also reveals that the tourists with different age, educational background, occupation, and monthly income exhibit different behaviors and needs towards the management of nature-based tourism in Bueng Kan Province at 0.05 level of statistical significance. Moreover, there are no differences among the tourists of different genders according to their behaviors and needs towards the management of nature-based tourism in Bueng Kan Province. The body of knowledge from the research is about behavior and needs in the marketing mix of tourists in all 7 areas, consisting of 1) product, 2) price, 3) distribution channel, 4) sales promotion, 5) personnel, 6) physical characteristics, 7) process. These are able to serve as a guideline for managing natural tourist attractions in Bueng Kan Province.

**Keywords:** Travel Behavior; Tourist's Need; Nature-based Tourism Attraction; Bueng Kan Province

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้หลักและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงาน เพิ่มรายรับและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทั้งมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่งและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะเศรษฐกิจยังช่วยให้ฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วกว่าภาคการผลิตและการบริการอื่น ๆ ดังที่สำนักงานสถิติแห่งชาติ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอันจะส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้นด้วย ดังนั้น รัฐบาลได้มีการพัฒนาองค์ประกอบหลายอย่างทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควบคู่

กัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งในชาติและนานาชาติ นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น ธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การผลิตและค้าขายของที่ระลึก บริการรถเช่า สถานที่จอดรถ ฯลฯ ธุรกิจดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมและมีการแข่งขันสูง ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นกลไกในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค (จรรยา นันทิยาภุชิต และภมร ชันธหัตถ์, 2565: 380)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีเนื้อที่มากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร หรือมีเนื้อที่ร้อยละ 33.17 เทียบได้กับหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ จึงเป็นดินแดนแห่งความหลากหลายประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจที่เต็มไปด้วยเสน่ห์มนต์ขลัง ชวนให้เข้าไปสัมผัสความงดงาม ดังนั้น แนวทางการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรมในทุกพื้นที่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี รวมทั้งพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในลักษณะเครือข่ายเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลัก ไปสู่เมืองรอง ชุมชนและท้องถิ่น (สำนักนายกรัฐมนตรียุคใหม่, 2560) เพื่อให้เกิดการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จึงมีการจัดตั้งกลุ่มจังหวัดในประเทศ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบ่งเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วยจังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานี โดยให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด กลุ่มจังหวัดเหล่านี้มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น มรดกโลกบ้านเชียง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น บ้านไม้เก่าเชียงคาน 100 ปี อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย วัดผาตากเสื้อ อำเภอสังขม จังหวัดหนองคาย วัดเจติยาศรีวิหาร หรือวัดภูทอก อำเภอศรีวิไล จังหวัดบึงกาฬ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ทะเลบัวแดง จังหวัดอุดรธานี สุสานหอยล้านปี จังหวัดหนองบัวลำภู ฯลฯ (จินตนา สุริยะศรี, 2564: 69)

จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดลำดับที่ 77 ของประเทศไทย จัดตั้งตามพระราชบัญญัติจังหวัดบึงกาฬ พ.ศ. 2554 เมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2554 ประกอบด้วย 8 อำเภอ ได้แก่ เมืองบึงกาฬ ปากคาด ศรีวิไล โชพิสัย พรเจริญ บุ่งคล้า เซกา และบึงโขงหลง เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและโดดเด่นเฉพาะพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ อุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง อันได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสานตอนบน มีความอุดมสมบูรณ์และหลากหลายของพืชพันธุ์ สัตว์ป่า โดยเฉพาะเป็นแหล่งกำเนิดต้นสิรินธรวัลลีหรือสามสิบสองประดง ซึ่งเป็นต้นไม้ประจำจังหวัดบึงกาฬและพบได้เฉพาะที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัวเท่านั้น นอกจากนี้ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัวยังเป็นที่ตั้งของน้ำตกที่มีชื่อเสียงได้แก่ น้ำตกเจ็ดสี น้ำตกถ้ำพระ น้ำตกถ้ำฝุ่น โดยเฉพาะน้ำตกถ้ำพระที่ได้รับฉายาน้ำตกสไลเดอร์ ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ป่าสงวนแห่งชาติภูสิงห์ (หินสามวาฬ) ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อนุรักษ์ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดงดิบกะลา ป่าภูสิงห์ และป่าดงสีชมพู โดยเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยาของเปลือกโลก เกิดเป็นหน้าผา ถ้ำและกลุ่มหินรูปทรงต่าง ๆ กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ของภูสิงห์ จนเกิดเป็นความงดงามของธรรมชาติที่น่าสนใจ ภูสิงห์มีจุดเด่นทางธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ ลานธรรมภูสิงห์ จุดชมวิวลานธรรม จุดชมวิวก้าถ้ำชี หินช้าง หินรถไฟ ลานหินลาย กำแพงหินภูสิงห์ เป็นต้น อุทยานแห่งชาติภูถ้ำกา (ถ้ำนาคา) ภายในอุทยานมีจุดท่องเที่ยวหลายแห่ง ทั้งเส้นทางศึกษาธรรมชาติ เทียบถ้ำต่าง ๆ เช่น ถ้ำยา ถ้ำพ่อหง่า ถ้ำตาหัด ถ้ำเกี้ยว ถ้ำอาจารย์วัง ฯลฯ และน้ำตก เช่น น้ำตกกินรี น้ำตกตาดขาม น้ำตกตาดโพธิ์ ฯลฯ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ทั้ง 3 อุทยานจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

การมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมียุทธศาสตร์การคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนนหนทาง สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และอีกปัจจัยที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งของการท่องเที่ยว คือ สิ่งอำนวยความสะดวก ความประทับใจ ความสะดวกสบาย เช่น ร้านอาหาร ที่พัก จุดพักรถ ฯลฯ รวมถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนให้เข้ามาท่องเที่ยวและลงทุนในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าว พื้นที่จังหวัดบึงกาฬจึงมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดังจะเห็นจากการมีทรัพยากรทางธรรมชาติจำนวนมากและมีความโดดเด่นน่าสนใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสร้างความพร้อมในการ

ท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ ทั้งส่งเสริมสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้  
มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นที่รู้จักต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ  
จังหวัดบึงกาฬ
- เพื่อศึกษาความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มี  
ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีระเบียบ  
วิธีวิจัย ดังนี้

- ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่  
สำคัญทางด้านธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย  
3 พื้นที่ในจังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว ศูนย์เรียนรู้ธรรมชาติป่าดง  
ดิบกะลา ป่าภูสิงห์และป่าดงชมพู (หินสามวาฬ) อุทยานแห่งชาติภูสิงห์ (ถ้ำนาคา)

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว  
ทางด้านธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 602,972 คน ในปี พ.ศ. 2561  
(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

- 2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวยังแหล่ง  
ท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 400 คน ใช้การคำนวณจาก  
สูตรการหากลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane)  
ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5%$  การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ  
(Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทาง  
ธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม  
(Questionnaire) โดยได้ดำเนินการสร้างตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  
จากศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากตำรา เอกสารและวรรณกรรม  
ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับปรุงและสร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว  
เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของ

นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check Lists)

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามปลายปิดที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices) ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวบึงกาฬ ลักษณะการเดินทาง จุดท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยว รูปแบบที่พักแรม ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ เกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้วิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1967) คือ คะแนน 5 หมายถึง ความต้องการระดับมากที่สุด 4 หมายถึง ความต้องการระดับมาก 3 หมายถึง ความต้องการระดับปานกลาง 2 หมายถึง ความต้องการระดับน้อย 1 หมายถึง ความต้องการระดับน้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง มีความต้องการระดับมากที่สุด 3.40-4.19 หมายถึง มีความต้องการระดับมาก 2.60-3.39 หมายถึง มีความต้องการระดับปานกลาง 1.80-2.59 หมายถึง มีความต้องการระดับน้อย 1.00-1.79 หมายถึง มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

3.2 การนำร่างแบบสอบถามเสนอต่อผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา และเสนอคณะกรรมการเพื่อประเมินความเหมาะสม โดยนำเครื่องมือเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมเพื่อพิจารณาเพื่อตรวจสอบแก้ไข ปรับปรุงและหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับเนื้อหา (IOC; Index of Item-objective Congruence) โดยมีค่า IOC ทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.66-1.00

3.3 การนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างใน



จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุด โดยวิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990: 204) เมื่อได้ค่าความเชื่อมั่นแล้วหาค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.9 ลงมาเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะเป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์ หลังจากได้ทำการทดสอบเครื่องมือแล้วได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.96 ถือว่า ข้อมูลมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 การนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลและอภิปรายผลตามลำดับต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ ซึ่งประกอบด้วย 3 พื้นที่ในจังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว ศูนย์เรียนรู้ธรรมชาติป่าดงดิบกะลา ป่าภูสิงห์และป่าดงชมพู (หินสามวาฬ) อุทยานแห่งชาติภูหลวง (ถ้ำนาคา) จำนวน 400 ราย ด้วยตนเอง ในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2563 ถึงเดือนเมษายน 2564

5. การจัดการกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะถูกนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ลงรหัสข้อมูล (Coding) ที่กำหนดทำการบันทึกลงข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประมวลผลและสรุปผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลเป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที (t-Test) และการทดสอบเอฟ (f-Test) รายงานสรุปผลในรูปแบบตาราง

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ สำหรับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ดังนี้

(n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	44.25





ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	223	55.75
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	50	12.50
20-30 ปี	111	27.75
31-40 ปี	119	29.75
41-50 ปี	94	23.50
มากกว่า 50 ปี	26	6.50
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	277	69.25
ภาคเหนือ	30	7.50
ภาคกลาง	62	15.50
ภาคตะวันออก	11	2.75
ภาคตะวันตก	9	2.25
ภาคใต้	11	2.75
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี (ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส./อนุปริญญา)	173	43.25
ปริญญาตรี	187	46.75
สูงกว่าปริญญาตรี (ปริญญาโท/ปริญญาเอก)	40	10.00
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	18.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	80	20.00
พนักงานเอกชน	90	22.50
<b>เกษตรกร</b>	14	3.50
รับจ้าง/อาชีพอิสระ	81	20.25
นักเรียน/นักศึกษา	59	14.75
อื่น ๆ เช่น นักเดินทาง ฯลฯ	4	1.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	119	29.75
10,000-15,000 บาท	73	18.25
15,001-20,000 บาท	72	18.00
20,001-25,000 บาท	68	17.00
25,001-30,000 บาท	33	8.25

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 30,000 บาท	35	8.75

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จากตารางผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.75 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.25 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.75 และน้อยที่สุด คือ อายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนมากมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 69.25 และน้อยที่สุด คือ ภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 2.25 ระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า มากที่สุด คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.75 และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี (ปริญญาโท/ปริญญาเอก) คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอาชีพ มากที่สุด คือ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ เช่น นักเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนพฤติกรรม/ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยังมีลักษณะ ดังนี้

พฤติกรรม/ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>กลุ่มนักท่องเที่ยว</b>		
คนในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ	128	32
คนในจังหวัดที่มีอาณาเขตติดกับจังหวัดบึงกาฬ	67	16.75
คนในจังหวัดภาคอีสาน	85	21.25
คนในจังหวัดอื่นในประเทศไทย	120	30
<b>ผู้ร่วมเดินทาง</b>		
เดินทางคนเดียว	25	6.25
คนในครอบครัว	151	37.75
เพื่อนสนิท	153	38.25
เพื่อนร่วมงาน/หน่วยงาน/องค์กร	72	18
คู่อีก	38	9.5
กรุ๊ปทัวร์	11	2.75
<b>จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวบึงกาฬ</b>		
ครั้งแรก	208	52.00
1-2 ครั้ง	112	28.00
3 ครั้งขึ้นไป	80	20.00



พฤติกรรม/ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>ลักษณะการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	294	73.50
รถโดยสาร/เช่า	17	4.25
รถมอเตอร์ไซด์	60	15.00
รถเช่า	27	6.75
อื่น ๆ	2	0.50
<b>จุดท่องเที่ยว</b>		
สถานที่ขึ้นชื่อ	277	69.25
น้ำตก	108	27.00
ทัศนียภาพทางธรรมชาติ	214	53.50
<b>แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว</b>		
อินเทอร์เน็ต (Facebook, Twitter)	188	47.00
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/คนในครอบครัว	40	40.00
ป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่	29	7.25
การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานตามสื่อต่าง ๆ	128	32.00
<b>สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยว</b>		
ไม่เคยมาเที่ยว	119	29.75
ชื่นชอบธรรมชาติ/ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว	281	70.25
สนใจจากการประชาสัมพันธ์	42	10.50
<b>รูปแบบที่พักแรม</b>		
บ้านพักอุทยาน	12	3.00
รีสอร์ทใกล้เคียง	202	50.50
ไม่ค้างคืน (เข้าไป-เย็นกลับ)	190	47.50
<b>ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง</b>		
น้อยกว่า 5,000 บาท/ครั้ง	232	58.00
5,000-10,000 บาท/ครั้ง	163	40.75
10,001-20,000 บาท/ครั้ง	4	1.00
เกิน 20,000 บาท/ครั้ง	1	0.25
<b>วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว</b>		
พักผ่อนหย่อนใจ	336	84.00
ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่	81	20.25
ทดสอบความอดทนของตนเอง	24	6.00

พฤติกรรม/ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป		
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว	166	41.50
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวนแห่งชาติภูสิงห์	266	66.50
อุทยานแห่งชาติภูสิงห์	231	57.750

ตาราง 2 พฤติกรรม/ลักษณะการท่องเที่ยวของของนักท่องเที่ยว

จากตารางผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุด คือ คนในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุด คือ คนในจังหวัดที่มีอาณาเขตติดกับจังหวัดบึงกาฬ คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีผู้ร่วมเดินทาง คือ เพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 38.25 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว (Group Tours) คิดเป็นร้อยละ 2.75 จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวบึงกาฬพบว่า มากที่สุด คือ ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 52.00 และน้อยที่สุด คือ 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00 ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 73.50 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 จุดท่องเที่ยวที่ชอบไปมากที่สุด คือ สถานที่ขึ้นชื่อ คิดเป็นร้อยละ 69.25 และน้อยที่สุด คือ น้ำตก คิดเป็นร้อยละ 27.00 แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาทางอินเทอร์เน็ต (Facebook, Twitter) คิดเป็นร้อยละ 47.00 และน้อยที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 7.25 สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยวเนื่องจากชื่นชอบธรรมชาติ/ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70.25 และน้อยที่สุด คือ สนใจจากการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีรูปแบบที่พักแรม ส่วนใหญ่ คือ รีสอร์ทใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 50.50 และน้อยที่สุด คือ บ้านพักอุทยาน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง คือน้อยกว่า 5,000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.00 และน้อยที่สุด คือ เกิน 20,000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.25 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 84.00 และน้อยที่สุด คือ ทดสอบความอดทนของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 6.00 แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปส่วนใหญ่ คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวนแห่งชาติภูสิงห์ คิดเป็นร้อยละ 66.50 และน้อยที่สุด คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว คิดเป็นร้อยละ 41.50

2. ผลการศึกษาความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place) ด้าน

การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion) ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence) ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process) ดังนี้

ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านบุคลากรการท่องเที่ยว (People)	4.16	0.54	มาก
2. ด้านการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว (Promotion)	4.15	0.57	มาก
3. ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)	4.08	0.61	มาก
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว (Place)	4.06	0.60	มาก
5. ด้านราคาการท่องเที่ยว (Price)	3.92	0.67	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพการท่องเที่ยว (Physical Evidence)	3.86	0.66	มาก
7. ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product)	3.44	0.90	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 3 ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยว

จากตารางพบว่า ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$ ; S.D.=0.49) และเมื่อพิจารณารายด้าน จะอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากค่ามากไปค่าน้อย ดังนี้ ด้านที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรการท่องเที่ยว (People) ( $\bar{X}=4.16$ ; S.D.=0.54) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว (Promotion) ( $\bar{X}=4.15$ ; S.D.=0.57) ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process) ( $\bar{X}=4.08$ ; S.D.=0.61) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว (Place) ( $\bar{X}=4.06$ ; S.D.=0.60) ด้านราคาการท่องเที่ยว (Price) ( $\bar{X}=3.92$ ; S.D.=0.67) ด้านลักษณะทางกายภาพการท่องเที่ยว (Physical Evidence) ( $\bar{X}=3.86$ ; S.D.=0.66) และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) ( $\bar{X}=3.44$ ; S.D.=0.90) ตามลำดับ

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬ ที่มีเพศแตกต่างกันพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีการประเมินความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬ สูงกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และ 3.95 ตามลำดับ) และพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p > 0.05$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านไม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกัน

4.2 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬที่มีอายุแตกต่างกันพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 ปี และต่ำกว่า มีการประเมินความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 3.94 และ 3.88 ตามลำดับ) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place) และด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence)

4.3 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการประเมิน ความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬสูงกว่านักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, 3.84 และ 3.74 ตามลำดับ) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place) ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Promotion) ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence) ด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

4.4 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬที่มีอาชีพแตกต่างกันพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ มีการประเมินความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกร/นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เอกชน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 , 4.03 และ 3.86 ตามลำดับ) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแตกต่างกันมีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place) ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence) และด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

4.5 การเปรียบเทียบความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท และต่ำกว่า มีการประเมินความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 3.95 และ 3.81 ตามลำดับ) และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ด้านราคาทางการท่องเที่ยว (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Place) ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว (Physical Evidence) และด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยว (Process)

## อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดบึงกาฬ จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของนฤมล รัตนไพจิตร และคณะ (2562) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง



สุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดบึงกาฬที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของกอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของชองนฤมล รัตนไพจิตร และคณะ (2562) พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นอกจากนี้ ยังพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ มีผู้ร่วมเดินทาง คือ เพื่อนสนิท ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรกโดย รถยนต์ส่วนตัวด้วยการพักค้างคืนที่รีสอร์ทใกล้เคียง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง คือ น้อยกว่า 5,000 บาท/ครั้ง จุดท่องเที่ยวที่ต้องการไป คือ สถานที่ขึ้นชื่อของจังหวัดบึงกาฬ ซึ่งมีการสืบค้นแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต (Facebook, Twitter) สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยวเนื่องจากชื่นชอบธรรมชาติหรือชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปส่วนใหญ่ คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสงวนแห่งชาติภูสิงห์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความนิยมเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนน้อยมากจึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ การจะเลือกไปเที่ยวที่ใด กลุ่มตัวอย่างจะคำนึงถึงการเดินทางที่สะดวกสบาย ตลอดจนมีค่าใช้จ่ายเหมาะสมทั้งการเดินทาง ที่พักและเกิดความคุ้มค่าจากการท่องเที่ยวในครั้งนั้น นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความงดงามทางธรรมชาติ ความปลอดภัยและความสะอาด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรสุวิชัย โพธิสัตย์ (2560) ได้ศึกษาศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวบึงกาฬเพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษากลุ่มวัยทำงานและนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานครพบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่เคยไปจังหวัดบึงกาฬ สำหรับผู้ที่เคยไปส่วนใหญ่จะไปเพียงครั้งเดียวเท่านั้น การจะเลือกไปเที่ยวที่ใดกลุ่มตัวอย่างจะคำนึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย คุณภาพของที่พัก คุณภาพของสิ่งแวดล้อมและความสะอาด และนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด เหตุผลสำคัญในการไปท่องเที่ยว คือ การไปพักผ่อน และการไปเที่ยวชมสิ่งที่น่าสนใจในแหล่ง

ท่องเที่ยวและชื่นชมธรรมชาติ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ แม่น้ำ ภูเขา อุทยานประวัติศาสตร์ วัดตั้งเพื่อไหว้พระ และร้านผ้าไหมท้องถิ่น

3. ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬเพิ่มขึ้น ทำให้บุคลากรในการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีไม่เพียงพอในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเชิงธรรมชาตินี้จะให้ความสำคัญกับการมีบุคลากรการท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่แล้วแหล่งท่องเที่ยวจะมีความเป็นวัฒนธรรม ความเชื่อ ซึ่งต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ความรู้ เนื่องจากเป็นบุคคลในท้องถิ่นสามารถบอกเล่าเรื่องราวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบุคคลที่มีความรู้และสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของอารีวรรณ บัวเผื่อน (2561) ซึ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรู้ของเจ้าหน้าที่รัฐ/เอกชนในการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยว การบริการของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยดี พุดจาสุภาพ และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รัฐ/เอกชนในการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนด้านที่เห็นว่า มีความต้องการน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมีการจัดกิจกรรมที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการบริการ มีบริการรถรับ-ส่ง อาสาสมัครเที่ยว บริการลูกหาบ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมการจัดเวิร์กช็อป การขอพร ด้านความเชื่อพญานาคมีค่าของเยาวชน การแสดงคอนเสิร์ต การไหว้พระที่ลานธรรม การชมวิวถ้ำฤาษีและหินสามวาฬ โดยกิจกรรมดังกล่าวล้วนดึงดูดความสนใจและสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า มีการให้บริการและกิจกรรมที่เพียงพอต่อความต้องการแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับเทิดชาย ช่วยบำรุง (2555) กล่าวว่า สิ่งที่เสนอขายในตลาดเพื่อทำให้เกิดความสนใจที่จะได้มาใช้หรือบริโภคและเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจ

## องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพ 1 ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้องค์ความรู้ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการจัดกิจกรรมต่าง ๆ คือ การบริการรถรับและส่ง การอาสาทำแท็กซี่ การบริการลูกหาบ การจัดกิจกรรมจัดวิ่งเทรล การขอพรด้านความเชื่อพญานาค
2. ด้านราคา การกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสม โดยราคาที่ยอมรับได้ ทั้งอาสาและนักท่องเที่ยว
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดการบริหารจัดการเกี่ยวกับบริเวณการจัดจำหน่ายบัตรท่องเที่ยวด้วยการปรับสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว
4. ด้านส่งเสริมการขาย ทำให้เกิดระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. ด้านบุคลากร ทำให้เกิดการบริหารจัดการด้านบุคลากรการท่องเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ทำให้เกิดการดูแลจัดการด้านความสะอาด ความปลอดภัยและมีระบบสาธารณสุขปลอดภัย
7. ด้านกระบวนการบริการ เกิดการจัดระเบียบ วิธีการและการปฏิบัติในด้านบริการเพื่อส่งมอบการบริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

องค์ความรู้เรื่องพฤติกรรมและความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 7 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นสามารถนำไปประยุกต์เพื่อใช้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดบึงกาฬเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับจังหวัดบึงกาฬและสร้างความพร้อมในการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ และส่งเสริมสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นที่ยูจกต่อไป

## สรุป

พฤติกรรมและความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดบึงกาฬ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านราคาทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพทางการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการบริการการท่องเที่ยง โดยพบว่า มีความต้องการในระดับมาก โดยเฉพาะด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยงพบว่า ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในด้านทักษะการให้บริการมีความรู้ด้านพื้นที่ สามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับพืชพันธุ์ ความสำคัญของสภาพแวดล้อมและความสำคัญของระบบนิเวศได้ และควรส่งเสริมวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยให้เจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนช่วยกันประชาสัมพันธ์ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประเพณี วิถีชีวิตของคนในชุมชนและประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้ 1. การจัดแพคเกจส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงหยุดยาวในสื่อดิจิทัล โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรพิจารณาถึงจัดแพคเกจส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงหยุดยาว เช่น เที่ยวสามภูช่วงเทศกาลสำคัญ ชวามูเที่ยวสามภู 2. การใช้คนที่มีชื่อเสียงเป็นแบรนด์ท่องเที่ยวอุทยานฯ ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องน่าจะพิจารณาถึงเชิญดาราที่มีชื่อเสียงเป็นแบรนด์แหล่งท่องเที่ยวสามภู 3. ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สะอาด อร่อยและหลากหลายได้รับการประเมินศักยภาพน้อยที่สุด จึงควรพัฒนาสินค้าโอท็อป (OTOP) สินค้าของฝากทั้งของกินและของใช้ในช่งเที่ยววันหยุดยาวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้ 1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอุทยานต่าง ๆ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อขยายองค์ความรู้ต่อไป 2. ควรศึกษาพฤติกรรมและความ

ต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านอื่นของแหล่งท่องเที่ยว 3. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างอุทยานกับคนในชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2561 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด)*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/531>
- กอบกาญจน์ เหริยญทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- จริยา นันธิยาภูษิต และภมร ชันธหัตถ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 7 (4), 378-395.
- จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 3 (3), 67-83.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2555). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า.
- นฤมล รัตนไพจิตร และคณะ. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- วรสุวิชัย โพธิสัจย์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวบึงกาฬเพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: กรณีศึกษากลุ่มวัยทำงานและนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*. 13 (1), 8-20.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *เที่ยวเมืองไทย ใครใคร่ก็อยากมา*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2563, จาก [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/article/article\\_travel.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/article/article_travel.html)



- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12* (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อารีวรรณ บัวเพื่อน. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย: กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*, 5<sup>th</sup> ed. New York: Harper & Row.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. New York: Wiley & Son.