



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

ช่องทางในการเดินทาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย, ชุมชนบ้านวังสายทอง

Abstract

The researcher summarizes and discusses the research results on “A study of behavior and satisfaction of Thai tourists towards on tourism in the Ban Wang Sai Thong community Satun that using online questionnaires as a data collection tool with a chain sampling method as totally 400 orrespondents which data can be collected as follows: Gender it was found that those who responded to the questionnaire Most are male , aged 16-21 years , Education less than a bachelor's degree , Have a career as a student, have a monthly income of less than 10,000 baht, and are domiciled in the southern region. In terms of tourism behavior in the Ban Wang Sai Thong community Satun Most travel with a group of friends. Number of times traveled Most travel 1-2 times. Know or know information about tourist attractions in the Ban Wang Sai Thong community from the recommendation of a person. The time to travel to Ban Wang Sai Thong community is on weekends (Saturday-Sunday). For activities that are done in Ban Wang Sai Thong community,namely visiting Wang Sai Thong waterfall. With travel expenses of 1,001-2,000 baht. Travel to Ban Wang Sai Thong community in one day. Who thinks that he will come back to visit the Ban Wang Sai Thong community again. There will be an introduction to the Ban Wang Sai Thong tourism community Satun to others. And most would recommend the Ban Wang Sai Thong tourism community Satun to others. Most of them have feelings of liking for the Ban Wang Sai Thong community. In terms of results Satisfaction analysis of tourists towards the Ban Wang Sai Thong tourism community Satun, most of the respondents were satisfied with the product at a high level. Satisfaction with the overall price is at a high level. Overall satisfaction with the location / travel channels is at a high level. Satisfaction with advertising and public relations information overall it is at a high level. And personnel satisfaction is at a high level.

Keywords: Tourist behavior, Satisfaction of Thai tourists, Wang Sai Thong Community

บทนำ

จังหวัดสตูล เมืองเก่ามากประวัติศาสตร์ มีอาณาเขตติดกับประเทศมาเลเซีย ในอดีตเป็นเมืองท่าที่รู้จักกันในนามของ “นครีสโตยมาบังสังคารา” เป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรมสำคัญของชายฝั่งทะเลอันดามัน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน โดยการศึกษา
จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามออนไลน์ ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็น
แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล
มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
การเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล เป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)
และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1
และส่วนที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนที่ 3
และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 3

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษา
พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล
ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ
38.5 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2 อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.5
อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17
อายุต่ำกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีศึกษาต่ำกว่า
ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 5 ปริญญาเอก
คิดเป็นร้อยละ 1 อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.5
ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 26 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 12 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 11.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.5 เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.5 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้
ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47 รายได้ต่อเดือน 10,001
- 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.5 รายได้ต่อเดือน
30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3 รายได้ต่อ เดือนมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2 ภูมิลำเนา
พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 95 ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.5
กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 1.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 0.5 ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
ต่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับลักษณะ
การเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

รองลงมาคือ เดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.5 และน้อยที่สุด คือ เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 17 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทาง 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.5 และน้อยที่สุด คือ ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 28 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการรู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองได้อย่างไร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักจากการแนะนำของบุคคล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 30 และน้อยที่สุด คือ โฆษณา/ประชาสัมพันธ์, เอกสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือ ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 9 และน้อยที่สุด คือ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 7.50 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเที่ยวน้ำตักวังสายทอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือ พักผ่อน/เล่นน้ำ คิดเป็นร้อยละ 83 ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 57 พักโฮมสเตย์/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 34.0 เทียวถ้าภูเขาเพชร คิดเป็นร้อยละ 28.5 ชมวิถีชีวิตชนพื้นเมืองมานิ คิดเป็นร้อยละ 13.5 และน้อยที่สุด คือ เทียวถ้าเจ็ดคต คิดเป็นร้อยละ 11.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้จ่าย 1,001-2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 ใช้จ่าย 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 3,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวบ้านวังสายทอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางท่องเที่ยวภายในวันเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ค้างคืน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่ชุมชนบ้านวังสายทองอีกหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาเที่ยวใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.5 และน้อยที่สุด คือ ไม่มา คิดเป็นร้อยละ 0.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับท่านจะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ให้คนอื่นด้วยหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม แนะนำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่า ท่านมีความรู้สึกอย่างไรกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชอบ คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

ตารางที่ 1

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชน บ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ด้านผลิตภัณฑ์/แหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.25	.81	มาก
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.00	.62	มาก
ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.99	.73	มาก
ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.22	.78	มาก
รวม	4.12		มาก

จากตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.22$) ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.00$) และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม/ของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.98	.70	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.99	.68	มาก
ราคาค่าเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม	3.85	.65	มาก
ราคาในการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.92	.69	มาก
ความคุ้มค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย	4.00	.73	มาก
รวม	3.95		มาก

จากตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านราคา โดยรวมอยู่ระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความคุ้มค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.99$) ราคาอาหารและเครื่องดื่ม/ของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.98$) ราคาในการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.92$) และราคาค่าเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

ตารางที่ 3

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางในการเดินทาง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.87	.59	มาก
ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว	3.85	.60	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองอยู่ไม่ไกล สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใกล้เคียงอื่นได้สะดวก	3.80	.66	มาก
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางโซเชียลมีเดีย ทำให้เข้าถึงง่าย	3.84	.56	มาก
รวม	3.84		มาก

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางในการเดินทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) โดยความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.85$) มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางโซเชียลมีเดียทำให้เข้าถึงง่าย ($\bar{X} = 3.84$) และสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองอยู่ไม่ไกล สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใกล้เคียงอื่นได้สะดวก ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
โฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ	3.89	.56	มาก
ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	3.81	.60	มาก
มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.80	.67	มาก
มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.88	.59	มาก
รวม	3.84		มาก

จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ โฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.88$) ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 3.81$) และมีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

ตารางที่ 5

ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนนำเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว	3.89	.63	มาก
ชุมชนบ้านวังสายทอง			
มีการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ โดยคนในพื้นที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านวังสายทอง	3.89	.58	มาก
คนในชุมชน มีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	3.92	.71	มาก
มีเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชน เพียงพอในการให้บริการ/ ให้ความรู้	3.87	.65	มาก
รวม	3.89		มาก

จากตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านบุคลากร ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ คนในชุมชนมีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนนำเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง, มีการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ โดยคนในพื้นที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านวังสายทอง ($\bar{X} = 3.89$) และมีเจ้าหน้าที่หรือคนในชุมชนเพียงพอในการให้บริการ/ ให้ความรู้ ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผล ดังนี้ ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ส่วนใหญ่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวนครั้งที่เดินทาง เดินทาง 1-2 ครั้ง รู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองจากการแนะนำของบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเป็ง (2563) วิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดคีรีวงศ์จากญาติ/เพื่อนแนะนำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอิสริยาภรณ์ สะอาดเอี่ยม (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจากสื่อบุคคลมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ส่วนใหญ่กิจกรรมที่ทำในชุมชนบ้านวังสายทอง คือ เทียน้ำตกวังสายทอง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001-2,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองภายในวันเดียว ซึ่งคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทองอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริยศ ไชยศรี



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

(2562) ซึ่งศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อชุมชนแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่า จะกลับมาใช้บริการและเข้าพักชุมชนแม่กลางหลวงอีก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำชุมชนท่องเที่ยวบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ให้กับคนอื่น และส่วนใหญ่มีความรู้สึกชอบชุมชนบ้านวังสายทอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชุมชนบ้านวังสายทอง มีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ จนทำให้เกิดความประทับใจ และมีการแนะนำบอกต่อไปยังบุคคลอื่น จนทำให้ชุมชนบ้านวังสายทองเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสวยงามและความหลากหลาย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านวังสายทอง สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอิสริยาภรณ์ สะอาดเอี่ยม (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการความพึงพอใจในด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความคุ้มค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการตั้งราคาในการให้บริการต่าง ๆ ของชุมชนบ้านวังสายทอง มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการ

ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางในการเดินทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเส้นทางเข้าสู่ชุมชนบ้านวังสายทอง มีความสะดวกสบาย ทำให้เดินทางเข้าถึงง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภคมน หงส์คำ (2565) ที่ทำการศึกษาวินิจฉัย เรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ โฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนในชุมชนบ้านวังสายทอง มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ คนในชุมชน มีความสุภาพ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชาวชุมชนบ้านวังสายทองมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจในการให้บริการ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเมื่อเดินทางมาเที่ยวยังชุมชนบ้านวังสายทอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชราภรณ์ ทิพย์ดวง (2561) ซึ่งศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานีกษัตริย์หลวงอ่างทอง ตำบลแม่อน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานีกษัตริย์หลวงอ่างทอง ตำบลแม่อน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า สถานีกษัตริย์หลวง



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 16
“Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2024”
วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2567

อย่างขงมีบุคลากรที่มีความสามารถให้ความรู้ ซึ่งเจ้าหน้าที่/บุคลากรมีความเป็นมิตร และความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากศึกษา

- ชุมชนบ้านวังสายทอง ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชนบ้านวังสายทองให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังสายทอง จังหวัดสตูลเพิ่มเติม เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อาจมีผลต่อการจัดการของชุมชนบ้านวังสายทอง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2562). บ้านวังสายทอง ชุมชนคุณธรรม. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 10, 2566, จาก <http://moral.m-culture.go.th>.
- ชนิษฐา ใจเป็ง. (2563). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.
- พัชรภรณ์ ทิพย์ดวง. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานี่เกษตรหลวงอ่างขาง ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภคมน หงษ์คำ. (2565). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริยศ ไชยศรี. (2562). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อชุมชนแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อิสริยาภรณ์ สอาดเอี่ยม. (2561). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.