

A Study of Tourists Behavior: A Case Study of Community-Based Tourism on Koh Libong, Trang Province

Chayakarn Jitchuchuen^{1*} Kulapa Kuldilok² and Pasakorn Thammachote²

¹ Master degree Student, Agribusiness, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

² Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

* Corresponding author. E-mail: chayakarn.j@ku.th

ABSTRACT

This article aimed to study the general conditions and behavior of tourists who have traveled and who have never traveled to tourist attractions in the Koh Libong community. The sample group used in the research consisted of 400 Thai tourists who had visited the Koh Libong community tourist attractions and 200 Thai tourists who had never been to the Koh Libong community tourist attractions. The statistics used to analyze the data are descriptive statistics which include frequency, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics such as Chi-square tests. The results of the study found that the behavior of tourists who had visited the Koh Libong community tourist attraction were traveling for the first time traveling together as a family, staying for 2 days 1 night. Family members have the most influence on choosing to travel. Most of the trip is planned on their own and they know the Koh Libong community from friends/relatives. The reason to visit was for relaxation. Chi-square analysis showed that gender, age, current province of residence, occupation, monthly income, and status were significantly related to the Koh Libong community tourist attraction and the word of mouth of Tourists were food as number one, followed by Koh Libong scenery, island's activities and accommodations, respectively. Therefore, from the results of the study, Trang Province should publicize such as organizing local food activities during the tourist festival of Trang province. Develop a website to easily find information about tourist attractions in the Koh Libong community to make choices and decisions in planning your trip. If there is an improvement and develop tourist attractions in the Koh Libong community to be known, it will attract more tourists to travel. And it is an opportunity to create income for the entire country, province, and people in the community.

Keywords: Tourist Behavior, Community-Based Tourism, Koh Libong, Trang Province

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จังหวัดตรัง

ชญาภาณท์ จิตรชูชื่น^{1*} กุลภา กุลดิลก² และ ภาสกร ธรรมโชติ²

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: chayakarn.j@ku.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวคนไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวคนไทยที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 200 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก หรือ 1 ครั้ง ส่วนมากเดินทางมาเที่ยวกันแบบครอบครัว แบบพักค้างคืน 2 วัน 1 คืน คนในครอบครัวมีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกมาเที่ยว มีการวางแผนการเดินทางด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ รู้จักชุมชนเกาะลิบงจากเพื่อน/ญาติ มาเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและเพศ อายุ จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% สำหรับผลการแนะนำ/บอกต่อ ของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนด้านอาหารเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ภาพรวมในการมาเที่ยวเกาะลิบง กิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะ และที่พัก ตามลำดับ ดังนั้นจากผลการศึกษาจังหวัดตรังควรมีการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดกิจกรรมอาหารท้องถิ่นช่วงเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง หรือพัฒนาเว็บไซต์ให้หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงได้ง่าย เพื่อเป็นทางเลือกและการตัดสินใจในการวางแผนการเดินทางมาเที่ยว ถ้ามีการปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงให้เป็นที่รู้จัก จะทำให้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น และเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับทั้งประเทศ จังหวัด และคนในชุมชน

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวชุมชน, เกาะลิบง, จังหวัดตรัง

© 2024 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือเป็นบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจไทย และเป็นแหล่งรายได้สำคัญให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 มีการวางนโยบายที่ให้ความสนใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว ตรงกับยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 13 ได้กำหนดจุดหมายในการพัฒนาเพื่อสามารถดำเนินงานได้ตามยุทธศาสตร์แห่งชาตินั้นคือ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืนจากสถานการณ์ที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยถึงร้อยละ 5.6 ต่อปี ในขณะที่การใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวตัวในอัตราที่ลดลงเนื่องจากในช่วงโควิด-19 ที่พักมีราคาถูกลง มีการจัดโปรโมชั่นกระตุ้นการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวของไทยในระยะหลังต้องเผชิญกับความท้าทายด้านความยั่งยืน เมื่อพิจารณาในแง่ของการกระจายรายได้ พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 90 ยังกระจุกอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ไม่สามารถกระจายไปสู่เมืองท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

จากสถิติด้านการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ภายในปี พ.ศ. 2566 จังหวัดตรังมีผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 1,369,940 คน แบ่งออกเป็น ชาวไทย จำนวน 1,324,414 คน และชาวต่างชาติ 45,526 คน และมีรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด 7,232.49 ล้านบาท แบ่งออกเป็น รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย จำนวน 6,843.64 ล้านบาท และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 388.85 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกอยู่เฉพาะบริเวณเกาะที่มีชื่อเสียง หรือในเมืองที่สามารถเดินทางได้สะดวก ทำให้การท่องเที่ยวไม่ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อคนนึกถึงทะเลตรังจะรู้จักเกาะกระดาน เกาะมุก ถ้ำมรกต เท่านั้น จังหวัดตรังมีแผนดำเนินงานที่สำคัญในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชุมชน คือ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีคุณภาพ (สำนักงานจังหวัดตรัง, 2566)

จังหวัดตรัง เป็นหนึ่งในเมืองรองโซนภาคใต้ของประเทศไทย อยู่ติดทะเลฝั่งอันดามันสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าชายเลนที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่เป็นเกาะ มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามไม่ว่าภูเขา ป่า ทะเล หาดทราย กลุ่มเกาะต่าง ๆ มีทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ เมื่อพูดถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นชายหาด มีเกาะหนึ่งในจังหวัดตรังที่มีชื่อเสียงมากอย่าง “เกาะกระดาน” ที่ถูกจัดให้เป็นอันดับที่ 1 ชายหาดที่ดีที่สุดในโลก โดยเว็บไซต์ World Beach Guide ซึ่งเป็นข่าวที่ดีที่ทำให้ผู้คนทั่วโลกได้รู้จักจังหวัดตรังมากขึ้น (ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2566)

มีเกาะแห่งหนึ่งซึ่งใหญ่ที่สุดในจังหวัดตรัง มีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวเล มีวิถีชีวิตชุมชน และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจนั่นคือ “เกาะลิบง” เป็นเกาะที่มีสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เดินขึ้นเขาบาตูปูเต๊ะเพื่อชมพะยูน นั่งเรือตกหมึก เดินชมพระอาทิตย์ตกที่หาดหลังเขา เดินชมสะพานหิน เล่นน้ำทะเลหาดทุ่งหญ้าคา และเดินตลาดเช้าชุมชนรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น เกาะลิบงได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน โดยมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยสมาชิกมาจากกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มรถซาเล้งรับจ้าง เรือรับจ้าง มัคคุเทศก์ชุมชน กลุ่มโฮมสเตย์ โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านที่มีความพร้อมจัดทำที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีอาหารทะเลสดให้นักท่องเที่ยวรับประทาน และมีอาหารทะเลแปรรูปจำหน่ายเป็นของฝาก ช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชน แต่เกาะลิบงยังมีปัญหาในหลายด้าน เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปาที่ไม่สะอาดพอ จำนวนร้านอาหารให้นักท่องเที่ยวไม่หลากหลาย การเดินทางบางจุดของพื้นที่เกาะลิบงที่จะไปจุดท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ข้อมูลเกี่ยวกับเกาะลิบงยังหาได้ยาก เช่น ข้อมูลประเพณี ภูมิปัญญา กิจกรรมท่องเที่ยวในรอบปี วิธีการเดินทาง เป็นต้น อาจทำให้ไม่สามารถจัดแผนโปรแกรมท่องเที่ยวได้แม่นยำตามฤดูกาลท่องเที่ยวของพื้นที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง และยังไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนพัฒนาสนับสนุนการท่องเที่ยว และกำหนดทิศทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

จังหวัดตรังที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของคอกแรน กำหนดให้มีค่าความคาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ไม่เกินร้อยละ 5 สัดส่วนประชากรที่ทำการสุ่ม 0.50 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (อัศวิน แสงพิกุล, 2562) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนด (กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่า $Z = 1.96$)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ (ที่นิยมใช้ คือ 5% หรือ $e = 0.05$)

แทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

ดังนั้น จะต้องใช้แบบสอบถามอย่างน้อย 385 ชุด แต่เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือทางสถิติ การศึกษาครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 400 ชุด การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ตามกฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้เป็น 15:1 ตามข้อเสนอแนะของ (Hair, Black, Anderson, & Babin, 2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้ปรากฏตัวแปรสังเกตได้ 10 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจึงเท่ากับ 150 ตัวอย่าง แต่เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือทางสถิติ การศึกษาครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 200 ชุด การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น มีการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือด้วยการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence หรือ ค่า IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งค่า IOC แต่ละข้อจะต้องมากกว่า 0.50 จึงจะแสดงได้ว่าคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ (ปราณี หล้าเบญญะ, 2559)

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ชุด โดยมีคำถามคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงหรือไม่ ถ้าตอบว่าเคยให้ทำแบบสอบถามชุดที่ 1 และถ้าตอบว่าไม่เคยให้ทำแบบสอบถามชุดที่ 2

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง และมีการให้คะแนนการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ตามแต่ละคุณลักษณะทางคุณภาพ ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะ อาหาร ที่พัก และภาพรวมในการมาเที่ยวเกาะลิบง ตามรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) แบ่งได้เป็น 5 ระดับได้แก่ ระดับที่ 5 คือ มากที่สุด ระดับที่ 4 คือ มาก ระดับที่ 3 คือ ปานกลาง ระดับที่ 2 คือ น้อย และระดับที่ 1 คือ น้อยที่สุด

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมี 2 ส่วน ดังนี้
 ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง
 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน และสถานภาพ

3. สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานเป็น 7 ข้อ โดยกำหนดให้ H_0 คือ สมมติฐานหลัก H_1 คือ สมมติฐานทางเลือก เป็นอิสระต่อกัน คือ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่เป็นอิสระต่อกัน คือ มีความสัมพันธ์กัน

- 1) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและเพศ เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและเพศ ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 2) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและอายุ เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและอายุ ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 3) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและระดับการศึกษา เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและระดับการศึกษา ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 4) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและจังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและจังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 5) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและอาชีพ เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและอาชีพ ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 6) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เป็นอิสระต่อกัน
- 7) H_0 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและสถานภาพ เป็นอิสระต่อกัน
 H_1 : การเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและสถานภาพ ไม่เป็นอิสระต่อกัน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้วิธีการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 400 ชุด และใช้วิธีการตอบแบบสอบถามของประชากรที่ไม่เคยมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จำนวน 200 ชุด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดที่ผู้อื่นรวบรวมมาแล้ว เช่น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางด้านสถิติจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักงานเกษตรจังหวัดตรัง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะลิบง สถิติจังหวัดตรัง กรมส่งเสริมการเกษตรจังหวัดตรัง และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดตรัง เป็นต้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน สถานภาพ โดยแสดงผลในรูปแบบของค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง โดยแสดงผลในรูปแบบของค่าความถี่ ค่าร้อยละ

3) ข้อมูลในการประเมินการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะ อาหาร ที่พัก และภาพรวมในการมาเที่ยวเกาะลิบง ตามรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) แบ่งได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การอธิบายผลค่าเฉลี่ย

คะแนนระดับการแนะนำ/บอกต่อในคุณลักษณะทางคุณภาพ จากการใช้สูตรอันตรภาคชั้น (Interval Scale) คำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

อันตรภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด) / จำนวนชั้น

ดังนั้น อันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับการแนะนำ/บอกต่อมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับการแนะนำ/บอกต่อมาก

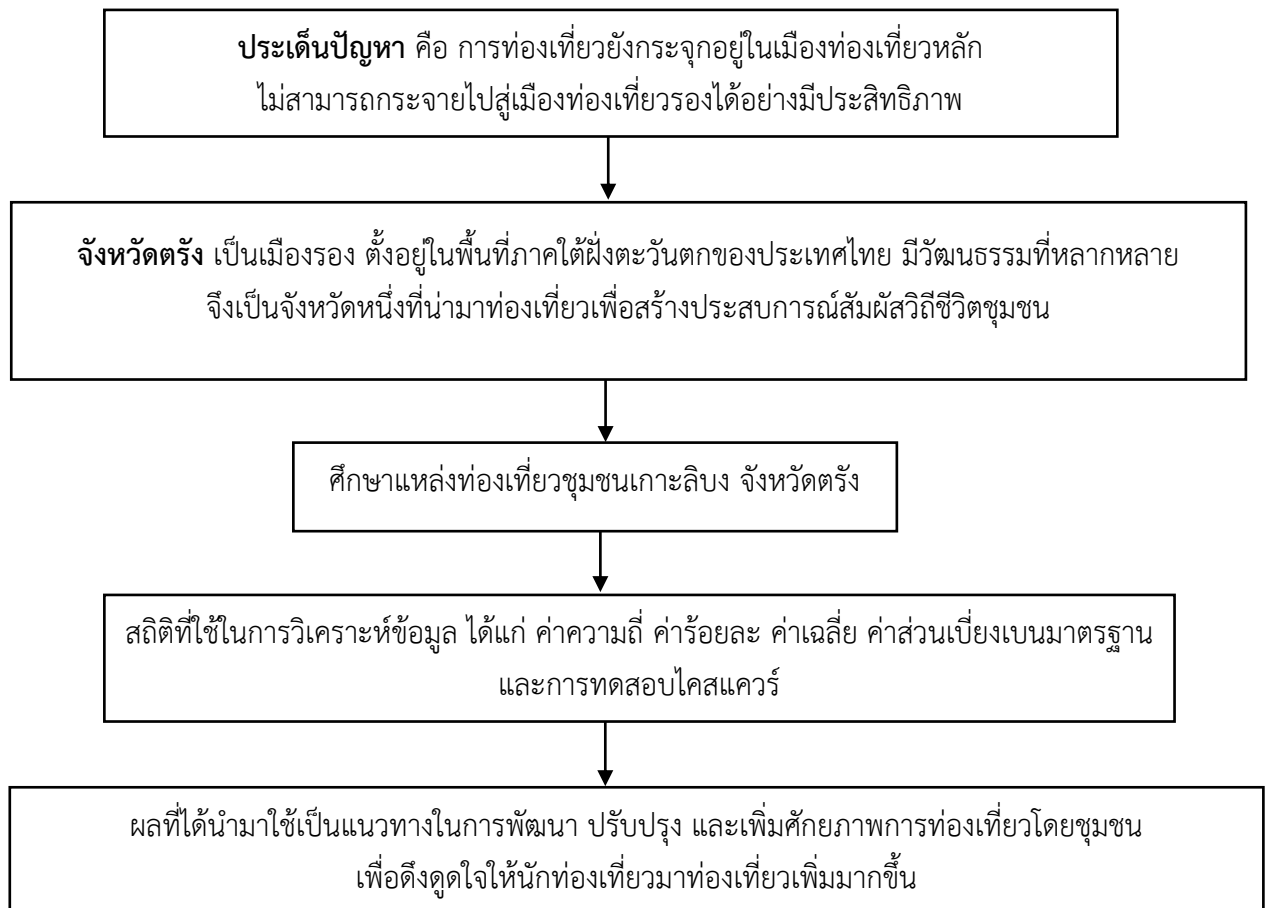
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับการแนะนำ/บอกต่อปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับการแนะนำ/บอกต่อน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับการแนะนำ/บอกต่อน้อยที่สุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างการเคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ซึ่งมีการกำหนดสมมติฐานทั้งหมด 7 ข้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า
สภาพทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
เกาะลันง

ผลการวิเคราะห์ ในส่วนของลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลันง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 66.50 ที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.50 ประกอบด้วยอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.00 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 57.50 และเนื่องจากชุมชนเกาะลันง อยู่ในจังหวัดตรัง จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่จังหวัดตรัง คิดเป็นร้อยละ 49.00 สำหรับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลันง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 76.50 ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.50 ประกอบด้วยอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.50 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 49.50 และเนื่องจากชุมชนเกาะลันง อยู่ในเขตจังหวัดตรัง การเดินทางมาเที่ยวต้องเดินทางหลายต่อ จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นที่อยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาเป็นจังหวัดอื่นที่ไม่ได้อยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 33.00 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เคยและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลันง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	เคย/ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลันง				จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
	เคย		ไม่เคย			
	จำนวน(คน)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(คน)	จำนวน(ร้อยละ)		
เพศ						
ชาย	123	30.75	41	20.50	164	27.33
หญิง	266	66.50	153	76.50	419	69.83
LGBT+	11	2.75	6	3.00	17	2.83
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	43	10.75	41	20.50	84	14.00
20 – 30 ปี	109	27.25	41	20.50	150	25.00
31 – 40 ปี	114	28.50	45	22.50	159	26.50
41 – 50 ปี	70	17.50	18	9.00	88	14.67
51 ปีขึ้นไป	64	16.00	55	27.50	119	19.83
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	5	1.25	1	0.50	6	1.00
มัธยมศึกษา	22	5.50	10	5.00	32	5.33
อนุปริญญา (ปวส./ปวช./ปวท.)	105	26.25	69	34.50	174	29.00
ปริญญาตรี	230	57.50	99	49.50	329	54.83
สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.50	21	10.50	59	9.83
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00
จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน						
จังหวัดตรัง	196	49.00	9	4.50	205	34.17
จังหวัดอื่นที่อยู่ในภาคใต้	174	43.25	125	62.50	298	49.67
จังหวัดอื่นที่ไม่อยู่ในภาคใต้	30	7.75	66	33.00	97	16.17
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เคยและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	เคย/ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง				จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
	เคย		ไม่เคย			
	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)		
อาชีพ						
พนักงานบริษัท	43	10.75	21	10.50	64	10.67
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	147	36.75	79	39.50	226	37.67
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	1.75	2	1.00	9	1.50
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	56	14.00	9	4.50	65	10.83
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	47	11.75	16	8.00	63	10.50
นักศึกษา	84	21.00	58	29.00	142	23.67
เกษตรกร	11	2.75	6	3.00	17	2.83
อื่น ๆ	5	1.25	9	4.50	14	2.33
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ไม่เกิน 10,000 บาท	94	23.50	70	35.00	164	27.33
10,001 – 20,000 บาท	122	30.50	42	21.00	164	27.33
20,001 – 30,000 บาท	83	20.75	22	11.00	105	17.50
30,001 – 40,000 บาท	35	8.75	28	14.00	63	10.50
40,001 – 50,000 บาท	28	7.00	11	5.50	39	6.50
50,001 บาทขึ้นไป	38	9.50	27	13.50	65	10.83
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00
สถานภาพ						
โสด	211	52.75	120	60.00	331	55.17
แต่งงานไม่มีบุตร	27	6.75	9	4.50	36	6.00
แต่งงานมีบุตร	152	38.00	60	30.00	212	35.33
แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย	10	2.50	11	5.50	21	3.50
รวม	400	100.00	200	100.00	600	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านเพศกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.029 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับเพศ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านอายุกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.000 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับอายุ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99%

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษากับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.228 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงไม่มีความสัมพันธ์กันกับระดับการศึกษา

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านจังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบันกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.000 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับจังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99%

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับอาชีพ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99%

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.000 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99%

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพกับการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีค่า P-value เท่ากับ 0.041 หมายความว่า การเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมีความสัมพันธ์กันกับสถานภาพ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99% มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99% รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เคยและผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ค่าสถิติ Chi-Square	P-value
เพศ	7.064	0.029*
อายุ	28.754	0.000**
ระดับการศึกษา	5.634	0.228
จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน	138.809	0.000**
อาชีพ	24.149	0.001**
รายได้ต่อเดือน	24.027	0.000**
สถานภาพ	8.239	0.041*

หมายเหตุ: *, ** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ
ที่มา: จากการสำรวจ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงเป็นครั้งแรก หรือเคยมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือมาเที่ยว 2 ครั้ง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ มาเที่ยว 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25

ผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 เดินทางมากับคนรัก/แฟน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และมาเดินทางมาเที่ยวคนเดียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่การมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงเป็นการเดินทางมาเที่ยวเป็นครอบครัวเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน

ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเที่ยวแบบไปเช้า - เย็นกลับ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 มาเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และ มาเที่ยวแบบมากกว่า 3 วัน 2 คืน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 แสดงให้เห็นว่าคนส่วนมากที่มาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมักจะมาเที่ยวพักค้างคืนแบบ 2 วัน 1 คืน เนื่องจากกิจกรรมบนเกาะมีหลายรูปแบบทำให้เที่ยววันเดียวไม่ครบทุกกิจกรรม

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 สื่อโฆษณา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 รีวิวบล็อกเกอร์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 เว็บไซต์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 โลฟสดโนโซเซียลเน็ตเวิร์ค จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 คนรัก/แฟน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และอื่น ๆ ได้แก่ ตัวเอง

จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่เห็นว่าครอบครัวคือผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อคำถามเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวเป็นครอบครัว ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง		
ครั้งแรก / 1 ครั้ง	213	53.25
2 ครั้ง	110	27.50
3 ครั้งขึ้นไป	77	19.25
รวม	400	100.00
ผู้ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว	209	52.25
เพื่อน	137	34.25
กรุ๊ปทัวร์	23	5.75
คนรัก / แฟน	21	5.25
คนเดียว	10	2.50
รวม	400	100.00
ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง		
ไปเช้า – เย็นกลับ	87	21.75
2 วัน 1 คืน	256	64.00
3 วัน 2 คืน	51	12.75
มากกว่า 3 วัน 2 คืน	6	1.50
รวม	400	100.00
ผู้มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง		
คนในครอบครัว	157	39.25
เพื่อน	149	37.25
สื่อโฆษณา	30	7.50
รีวิวบล็อกเกอร์	21	5.25
เว็บไซต์	18	4.50
ไลฟ์สดในโซเชียลเน็ตเวิร์ค	14	3.50
คนรัก / แฟน	7	1.75
อื่น ๆ	4	1.00
รวม	400	100.00
วิธีการท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง		
วางแผนการเที่ยวด้วยตัวเอง	278	69.50
โปรแกรมนำเที่ยว	119	29.75
อื่น ๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับวิธีการท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่จะวางแผนการเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือเที่ยวแบบมีโปรแกรมนำเที่ยว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 และอื่น ๆ คือ คนในพื้นที่นำเที่ยวได้แก่ เพื่อนหรือญาติที่อาศัยอยู่บนเกาะลิบง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ซึ่งมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 3 และเมื่อคำนวณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงต่อครั้ง เท่ากับ 5,409.89 บาท

การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 63.44 รองลงมา ทราบข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 31.84 ทราบข้อมูลจากโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.83 ทราบข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ได้แก่ ที่ทำงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94 ทราบข้อมูลจากแผ่นพับ/ป้ายโฆษณา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71 และทราบข้อมูลจากวารสาร/นิตยสาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงจากคนใกล้ชิดหรือแบบการบอกต่อแบบปากต่อปาก จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การจัดกิจกรรมบอกเล่าเรื่องราวผ่านสื่อออนไลน์

ตารางที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงจากสื่อใด*		
เพื่อน / ญาติ	269	63.44
อินเทอร์เน็ต	135	31.84
โทรทัศน์ / วิทยุ	12	2.83
อื่น ๆ	4	0.94
แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา	3	0.71
วารสาร / นิตยสาร	1	0.24
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง*		
พักผ่อนหย่อนใจ	354	35.90
รับประทานอาหาร	173	17.55
ชมพะยูน	119	12.07
เรียนรู้วิถีชุมชน	111	11.26
ตกหมึก	106	10.75
ดำน้ำดูปะการัง	72	7.30
ซื้อสินค้า / ของฝาก	37	3.75
อื่น ๆ	14	1.42
พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่าเรือหาดยาว*		
รถส่วนตัว	328	70.99
รถรับจ้าง / เหม่า	36	7.79
รถโดยสารประจำทาง	34	7.36
เช่ารถ	32	6.93
กรู๊ปทัวร์	20	4.33
รถไฟ	5	1.08
เครื่องบิน	4	0.87
อื่น ๆ	3	0.65

หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมาเพื่อรับประทานอาหาร จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 17.55 มาเที่ยวเพื่อชมพะยูน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 12.07 มาเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชนเกาะลิบง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 11.26 มาเพื่อทำกิจกรรมตกหมึก จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 มาเที่ยวเพื่อดำน้ำดูปะการัง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 มาเพื่อซื้อสินค้า/ของฝาก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และอื่น ๆ ได้แก่ ฮันนีมูน มาเยี่ยม

ญาติ ชมธรรมชาติ และทัศนศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.42 จะเห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องด้วยชุมชนเกาะลิบงมีความสงบ เหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อนและทำกิจกรรมต่าง ๆ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาทำเรือหาดยาวเพื่อไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่นำรถยนต์ส่วนตัวมาเอง จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 70.99 รองลงมาเป็นการใช้บริการรถรับจ้าง/เหมา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.36 เดินทางมาโดยเช่ารถขับเอง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.93 มาเป็นกลุ่มกรุ๊ปทัวร์จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 เดินทางโดยรถไฟ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 เดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.87 และอื่น ๆ ได้แก่ เรือเหมาจากเกาะสุกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่การเดินทางมาทำเรือหาดยาวเพื่อเดินทางไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบงจะใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากสะดวกกว่า และมีบริการเช่าที่จอดรถที่ใกล้กับท่าเรือหาดยาวทั้งรายวันและแบบค้างคืน ซึ่งมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ผลคะแนนการนำ/บอกต่อ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง คุณลักษณะด้านอาหารมีคะแนนระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 คุณลักษณะด้านอื่น ๆ มีคะแนนระดับมาก ได้แก่ ภาพรวมในการมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 คุณลักษณะด้านกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะลิบง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และคุณลักษณะด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวประทับใจเรื่องอาหารท้องถิ่นให้รับประทานในการเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง มีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

(N=400)

การแนะนำ/บอกต่อ คุณลักษณะแต่ละด้าน	จำนวนคน (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ คะแนน
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
P1 กิจกรรมต่าง ๆ บน เกาะ	164 (41.00)	155 (38.75)	72 (18.00)	7 (1.75)	2 (0.50)	4.18	0.82115	มาก
P2 อาหาร	189 (47.25)	148 (37.00)	58 (14.50)	4 (1.00)	1 (0.25)	4.30	0.76908	มากที่สุด
P3 ที่พัก	155 (38.75)	158 (39.50)	76 (19.00)	11 (2.75)	0 (0.00)	4.14	0.81784	มาก
P4 ภาพรวมในการมา เที่ยวเกาะลิบง	152 (38.00)	183 (45.75)	57 (14.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.19	0.75160	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัด 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดกับครอบครัว จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือเดินทางไปเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 แสดงให้เห็นว่าผู้ร่วมเดินทางในการไปเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดกับครอบครัว ซึ่งมีพฤติกรรมเหมือนกับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวต่างจังหวัดของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาไปเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ไปเที่ยวแบบไปเช้า - เย็นกลับ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ ไปเที่ยวแบบมากกว่า 3 วัน 2 คืน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกไปเที่ยวต่างจังหวัดมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 26 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.00 รีวิวบล็อกเกอร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่น ๆ ได้แก่ ตัวเอง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่เห็นว่าครอบครัวคือผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดมากที่สุด

วิธีการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบง ส่วนใหญ่จะวางแผนการเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 91.50 รองลงมาคือเที่ยวแบบมีโปรแกรมนำเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอื่น ๆ คือ ไม่ได้วางแผนการเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ซึ่งมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 13 และ เมื่อคำนวณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงต่อครั้ง เท่ากับ 7,825 บาท ซึ่งรวมทั้งการเที่ยวแบบไปเช้า - เย็นกลับ และการพักแบบค้างคืน จะเห็นได้ว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัด ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 38.08 รองลงมาเพื่อรับประทานอาหาร จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 22.44 มาเที่ยวเพื่อถ่ายรูป/ชมวิว จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 ดำน้ำดูปะการัง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 3.81 เดินป่า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.61 อื่น ๆ ได้แก่ ล่องแพ มาเยี่ยมญาติ และไปทำงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 และซื้อสินค้า/ของฝาก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาทราบข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 34.76 โทรศัพท์/วิทยุ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.81 แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และวารสาร/นิตยสาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวต่างจังหวัด พบว่าส่วนใหญ่นำรถยนต์ส่วนตัวไปเอง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 รองลงมาเดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.52 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 รถไฟ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.49 กรู๊ปทัวร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.03 รถรับจ้าง/เหมา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.66 และเช่ารถ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.38

สำหรับการสอบถามนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยได้ยินหรือรู้จักชุมชนเกาะลิบง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยได้ยินหรือรู้จักชุมชนเกาะลิบง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงจากทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 39.54 รองลงมาทราบข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 โทรศัพท์/วิทยุ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07 วารสาร / นิตยสาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 และอื่น ๆ ได้แก่ ที่ทำงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5

เมื่อถามถึงเหตุผลของนักท่องเที่ยวที่เคยได้ยินชื่อหรือรู้จักแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง แต่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีข้อกังวลเกี่ยวกับระยะทางที่ไกลจากที่พักอาศัย มีข้อมูลหรือรีวิวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงน้อย ทำให้ไม่กล้าตัดสินใจมาเที่ยว บางคนไม่ชอบการท่องเที่ยวทางเรือ และบางคนในครอบครัวมีผู้สูงอายุทำให้เดินทางไปลำบาก

ตารางที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวเคยได้ยินชื่อชุมชนเกาะลิบง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
ท่านเคยได้ยินชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง		
เคย	154	77.00
ไม่เคย	46	23.00
รวม	200	100.00
ท่านทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อใด*		
อินเทอร์เน็ต	111	39.54
เพื่อน / ญาติ	91	32.50
โทรศัพท์ / วิทยุ	44	15.71

ตารางที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวเคยได้ยินชื่อชุมชนเกาะลิบง (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ่านพบ / ป้ายโฆษณา	17	6.07
วารสาร / นิตยสาร	15	5.36
อื่น ๆ	10	0.71

หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการสำรวจ

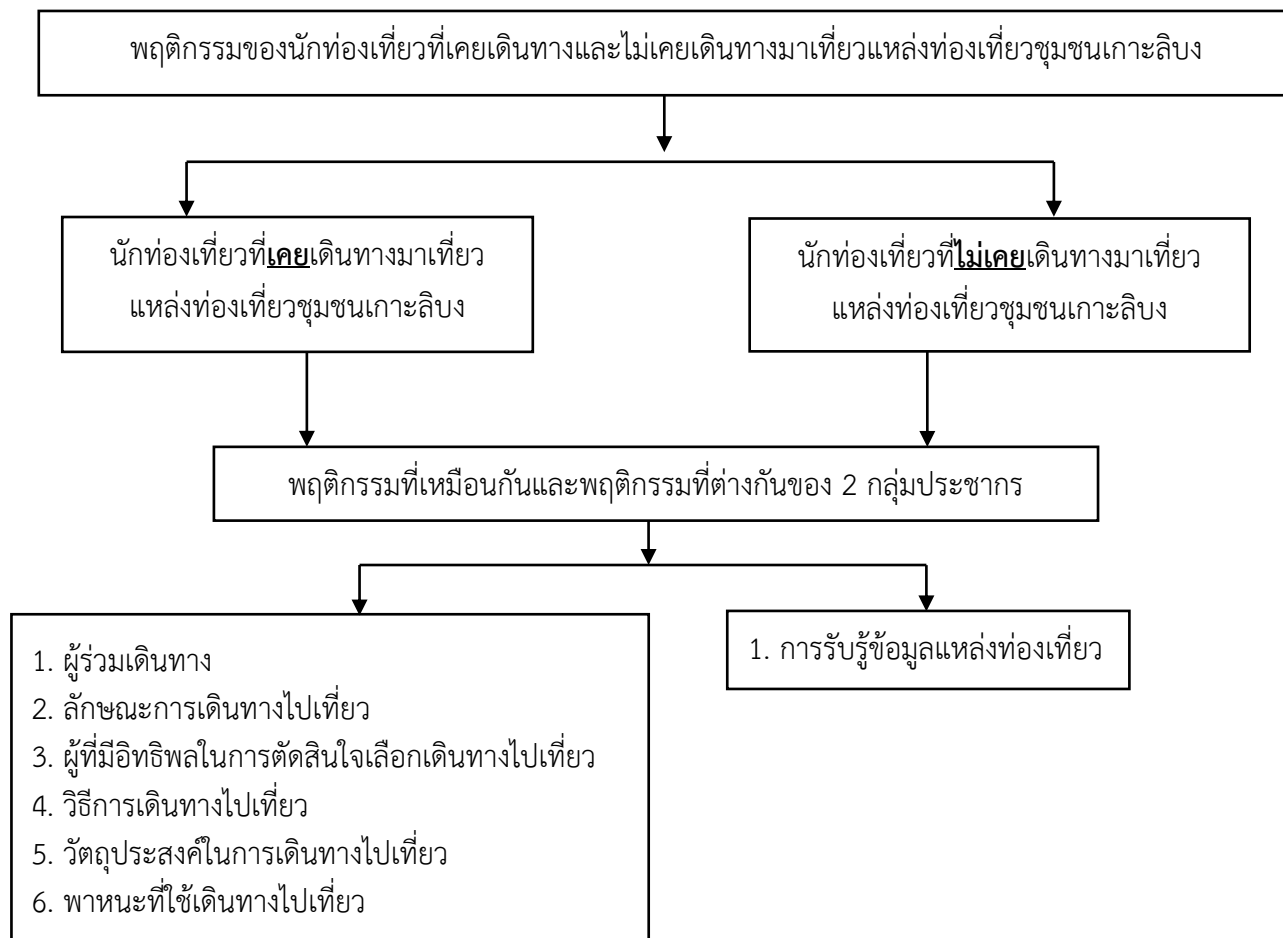
อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพทั่วไป และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่าจังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงส่วนใหญ่เป็นคนจังหวัดตรัง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะใกล้กับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวทำให้เดินทางมาเที่ยวสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kinasih, Roessali, and Prasetyo (2020) ศึกษาเรื่อง Visitors' satisfaction and development strategy of agrotourism: evidence from Semarang, Indonesia พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวปัจจุบันอยู่ที่เซมารัง ประเทศอินโดนีเซีย

ผลจากการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพทั่วไป และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เพราะสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริณ ลาปะ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นการบอกแบบปากต่อปากจากคนที่ใกล้ชิด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุสรุ ปารมี (2564) ศึกษาพฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังภายใต้มาตรการป้องกัน และการเฝ้าระวังการระบาด COVID-19 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในการเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงส่วนมากมาเที่ยวกันแบบครอบครัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัตน์ จันทรกึ่งทอง (2559) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน

ผลจากการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพทั่วไป และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงเดินทางมาเที่ยวครั้งแรก/1 ครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะแหล่งท่องเที่ยวต้องนั่งเรือจากท่าเรือหาดยาวเพื่อข้ามไปยังเกาะลิบง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจาวดี กลิ่นธูป (2558) ศึกษาการวิเคราะห์คุณลักษณะทางคุณภาพตามแบบจำลองคานะของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ 2 - 4 ครั้ง

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากภาพที่ 2 อธิบายได้ดังนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงพบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายกัน เช่น ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีผู้ร่วมเดินทางส่วนมากมาเที่ยวกันแบบครอบครัวเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน การเดินทางไปเที่ยวชุมชนเกาะลิบงส่วนมากเป็นแบบพักค้างคืน 2 วัน 1 คืน เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงที่ปกติส่วนมากไปเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 2 วัน 1 คืน เพื่อสามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง ส่วนใหญ่คนในครอบครัวมีอิทธิพลในการเลือกสถานที่เที่ยว มีการวางแผนการเที่ยวด้วยตัวเอง การเดินทางมีการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางเพื่อความสะดวก แต่มีสิ่งที่แตกต่างกันคือ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบงทราบแหล่งข้อมูลสถานที่เที่ยวเกาะลิบงจากญาติ/เพื่อน แสดงให้เห็นว่าคนใกล้ชิดมีการบอกแบบปากต่อปาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากทางอินเทอร์เน็ต

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการเคยเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและอายุ จังหวัดที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 1% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99%

ผลการทดสอบสมมติฐานการเคยเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและเพศ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญที่ 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ผลการทดสอบสมมติฐานการเคยเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเกาะลิบงเป็นครั้งแรก/1 ครั้ง ส่วนมากผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว มีการเดินทางมาเที่ยวแบบพักค้างคืน 2 วัน 1 คืน ซึ่งส่วนใหญ่มีคืนในครอบครัวเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในเลือกเดินทางมาเที่ยว มาเที่ยวด้วยการวางแผนการเที่ยวด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ มาเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และโดยส่วนมากใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางเนื่องสะดวกต่อการเดินทางไปยังท่าเรือ

ผลการให้คะแนนการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า เกณฑ์คะแนนระดับมากที่สุดคือด้านอาหารโดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาเป็นเกณฑ์คะแนนระดับมากมีทั้งหมด 3 ด้าน คือด้านภาพรวมในการมาเที่ยวเกาะลิบงโดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะโดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านที่พักโดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัด 1 ครั้งต่อเดือน เป็นการไปเที่ยวแบบพักค้างคืน 2 วัน 1 คืน เป็นส่วนมาก มีการวางแผนการเที่ยวด้วยตัวเองไปเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และส่วนใหญ่เดินทางด้วยการใช้รถยนต์ส่วนตัว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากผลการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง พบว่า มีการให้คะแนนแนะนำ/บอกต่อด้านอาหารมีคะแนนมากที่สุด และด้านที่พักมีคะแนนน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรมีการจัดกิจกรรมอาหารท้องถิ่นช่วงเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง และควรมีการปรับปรุงด้านที่พักเรื่องความสะดวก และการจองที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

1.2 จากผลการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงพบว่า นักท่องเที่ยวที่รู้จักและเคยได้ยินชื่อเกาะลิบงแต่ยังไม่เคยเดินทางมาเที่ยว ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้นทางจังหวัดตรังหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมบอกเล่าเรื่องราวผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Tiktok Instagram เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยวเห็นรีวิวแล้วอยากเดินทางมาเที่ยว หรือพัฒนาเว็บไซต์จังหวัดให้หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงได้ง่าย เพื่อเป็นทางเลือกและการตัดสินใจในการวางแผนการเดินทางมาเที่ยว ถ้ามีการปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงให้เป็นที่รู้จัก จะทำให้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น และเป็นโอกาสสร้างรายได้ให้กับทั้งประเทศ จังหวัด และคนในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงนั้นเป็นความร่วมมือกัน และบริหารจัดการของคนในชุมชนทั้งที่พักโฮมสเตย์ ร้านอาหารท้องถิ่น และของฝากชุมชนเช่น กะปิ น้ำพริกไข่ปู เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบง จังหวัดตรัง เพิ่มมากขึ้น และนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกาะลิบงให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่อื่น ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). “เกาะกระดาน” ขึ้นอันดับ 1 ชายหาดที่ดีที่สุดในโลก จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ World beach guide นานาชาติ ขึ้นชมทุกหน่วยงานต่อยอดความนิยม ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศไทย. สืบค้น 26 สิงหาคม 2566. จาก https://www.thansettakij.com/news/561225#google_vignette.
- นุสรณ์ ปารมี. (2564). พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้มาตรการป้องกัน และการเฝ้าระวังการระบาด COVID-19. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- เบญจาวดี กลิ่นธูป. (2558). การวิเคราะห์คุณลักษณะทางคุณภาพตามแบบจำลองคานาของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ปราณี หล้าเบญจ. (2559). การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล. สืบค้น 29 ธันวาคม 2566. จาก http://edu.yru.ac.th/evaluate/attach/1465551003_เอกสารประกอบการอบรม.pdf.
- ปริญา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*. 4(1), 30-45.
- วิรัตน์ จันทร์กิตทอง. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน *การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7* (น. 1189-1198). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สำนักงานจังหวัดตรัง. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดตรัง พ.ศ. 2566-2570. สืบค้น 29 ธันวาคม 2566. จาก https://ww2.trang.go.th/files/com_news_devpro/2024-04_dfdd233f00b486f.pdf.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580. สืบค้น 29 ธันวาคม 2566. จาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf.
- _____. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570. สืบค้น 5 กันยายน 2566. จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2562). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Hair, J. F., Black, W. C., Anderson, R. E., & Babin, B. J. (2018). *Multivariate Data Analysis*. (8th edition). Noida Uttar Pradesh: Cengage.
- Kinasih, R. S., & Roessali, W. (2020). Visitors' satisfaction and development strategy of Purwosari agro-tourism in Semarang. *Journal of Socioeconomics and Development*, 3(2), 33-46.

