รูปแบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

Management Model for Promoting Tourism at Samila Beach, Songkhla Province

อภิวัฒน์ จันทร์ณรงค์[1], จิรารัตน์ ปลอดดี[2], จิรนันท์ พัฒนรักษ์[3], พิมพิศา ศรีพระจันทร์[4] และบุณวัทน์ ศรีขวัญ[5*]

Aphiwat Channarong[1], Jirarat Plotdee[2], Jiranan Pattanarak[3],

Pimpisa Sriprachan[4] and Boonnawat Srikhwan[5*]

***Corresponding author, e-mail: channarongapiwat3@gmail.com**

Received 06/10/2025
Revised 29/11/2025
Accepted 30/11/2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา (2) เพื่อศึกษาปัจจัยกสรเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา และ (3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้วิธีเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยมีการเก็บรวมรวบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลาจังหวัดสงขลา การวิจัยเชิงปริมาณนั้นเป็นรูปแบบการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เดินมาท่องเที่นวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทาง Google Form ตามสูตร Taro Yamane เป็นการศึกษาปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequency)

[1] นักศึกษา หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ
Students, Bachelor of Management, Management for Development College, Thaksin University
[2] นักศึกษา หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ
Students, Bachelor of Management, Management for Development College, Thaksin University
[3] นักศึกษา หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ
Students, Bachelor of Management, Management for Development College, Thaksin University
[4] นักศึกษา หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ
Students, Bachelor of Management, Management for Development College, Thaksin University
[5] อาจารย์ ดร., หลักสูตรการจัดการบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ
Ph.D. Lecturers, Bachelor of Management, Management for Development College, Thaksin University

ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับและนิยมเดินทางมากับครอบครัวหรือเพื่อน โดยมีแรงจูงใจหลักที่ส่งผลต่อการเดินทาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด (Pull Factors) เช่น ความสวยงามของชายหาดและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน และปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เช่น ความต้องการผ่อนคลายและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่าการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดการบูรณาการอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสิ่งแวดล้อม และการสร้างกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้ ปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กันส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : *แรงจูงใจในการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยว*

Abstract

The objectives of this research are as follows: (1) to study the travel behavior of tourists visiting Samila Beach, Songkhla Province; (2) to examine the travel factors that influence travel motivation at Samila Beach, Songkhla Province; and (3) to propose a tourism management model that promotes travel at Samila Beach, Songkhla Province. The research employed a quantitative approach, collecting data through questionnaires from tourists visiting Samila Beach. The quantitative research method used questionnaires as the research instrument, targeting a sample of 400 tourists at Samila Beach, Songkhla Province, selected through convenience sampling via Google Form based on the Taro Yamane formula. The study examined travel factors influencing travel motivation at Samila Beach, Songkhla Province. The collected data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, while multiple regression analysis was used as inferential statistics. Relevant stakeholders include government agencies in Songkhla Province, local administrative organizations, communities, and tourism operators in the area.

The research findings indicated that most tourists traveled on day trips and preferred to travel with family or friends. The main motivating factors for travel included pull factors, such as the beauty of the beach and recreational tourism activities, and push factors, such as the desire to relax and seek new experiences. Qualitative analysis revealed that current tourism management lacks systematic integration in terms of infrastructure, environmental management, and activity creation to attract tourists. The hypothesis was established that travel factors of tourists are related and have different effects on travel motivation.

Keywords : *Travel Motivation, Tourist Behavior, Travel Factors*

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากถึง ๒.๔ ล้านล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวประเทศไทยมากถึง ๓๔ ล้านคน ในขณะที่มีจำนวนชาวไทยเที่ยวในประเทศมากถึง ๑๙๔ ล้านคน/ครั้ง โดยเฉพาะชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมด้วยลักษณะภูมิประเทศที่ติดชายฝั่งทะเล บรรยากาศที่เงียบสงบและมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลต่อการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้คนในพื้นที่ (Kudchachai, 2020)

หาดสมิหลา จังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่โดดเด่น โดยเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2568 ผลการติดตามคุณภาพน้ำทะเลชายฝั่งพบว่าปี 2567 คุณภาพน้ำทะเลอยู่ในเกณฑ์ดีร้อยละ 49 และชายหาดสมิหลาได้รับการจัดอันดับให้เป็นชายหาดที่มีคุณภาพน้ำทะเลดีที่สุดเป็นอันดับ 1 Pollution Control Department (2024) หาดสมิหลามีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร น้ำทะเลสีคราม เม็ดทรายขาวละเอียด บรรยากาศร่มรื่น พร้อมรูปปั้นนางเงือกทองและสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

แม้ว่าชายหาดสมิหลาจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวในบางช่วงเวลาไม่ได้เติบโตเท่าที่ควร เนื่องจากการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทำให้เกิดคำถามว่า “นักท่องเที่ยวเดินทางมายังชายหาดสมิหลาด้วยแรงจูงใจอะไร” ซึ่งคำตอบจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาบริการต่าง ๆ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของชายหาดสมิหลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kudchachai, 2020)

ในปัจจุบัน ยังไม่มีงานวิจัยเฉพาะด้านที่ศึกษารูปแบบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชายหาดสมิหลาโดยตรง ซึ่งอาจทำให้หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องศึกษาว่าแรงจูงใจในการมาเที่ยวสมิหลาคืออะไรและมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มประชากรหรือไม่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชายหาดสมิหลามีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไป ทั้งจากความน่าสนใจของชายหาดสมิหลาและมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ การศึกษาแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังของการตัดสินใจนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความคิดของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการส่งเสริมและผลักดันการท่องเที่ยวของชายหาดสมิหลาให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมสร้างประสบการณ์ที่ดีและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดหลา จังหวัดสงขลา

3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้เดินทาง โดย Crompton (1979) และ Yoon and Uysal (2005) แบ่งแรงจูงใจออกเป็นแรงผลักที่มาจากปัจจัยภายใน และแรงดึงที่มาจากคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง Jantrawornsjit (2021) พบว่าแรงผลักในระดับสูงและแรงดึงสำคัญคือความเงียบสงบ ธรรมชาติ ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วน Kudchachai (2020) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน มาเที่ยวครั้งแรก และกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดคือปั่นจักรยาน โดยประสบการณ์ด้านกิจกรรม ความเป็นธรรมชาติ และมิติทางวัฒนธรรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

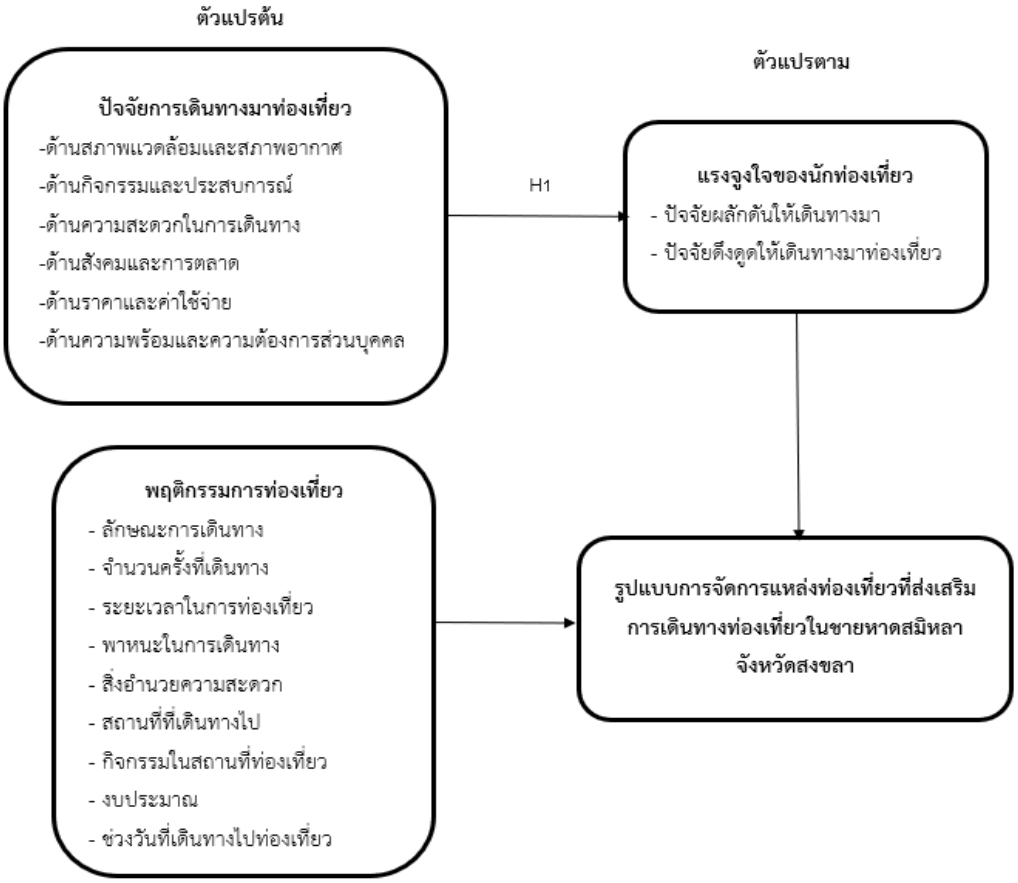
การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวช่วยอธิบายการเดินทางและการเลือกจุดหมาย โดยทฤษฎี TRA ของ Ajzen and Fishbein (1980) ชี้ว่าพฤติกรรมเกิดจากเจตคติและบรรทัดฐานทางสังคม ส่วนทฤษฎี TPB ของ Ajzen (1991) เพิ่มปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ขณะที่ Cohen (1979, as cited in Arpornsangvijit, 2017) แบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะการแสวงหาประสบการณ์ สะท้อนความหลากหลายของพฤติกรรมและแรงขับเคลื่อนภายใน ด้านปัจจัยกำหนดการเดินทาง Buhalis (2000, as cited in Singsung, 2020) ระบุองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมเฉพาะถิ่น การเข้าถึง ราคา ภาพลักษณ์ และการตลาด ซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจ โดยเฉพาะในพื้นที่ชายหาดที่มีการแข่งขันสูง การจัดการปัจจัยเหล่านี้อย่างเป็นระบบจึงสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยว แนวคิดของ Gunn (1994, as cited in Imjaichit, 2021) และ Inskeep (1991, as cited in Tantipanichkul et al., 2021) ได้เน้นว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องมุ่งสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยเฉพาะการอนุรักษ์ทรัพยากร การสร้างโครงสร้างพื้นฐานและบริการสนับสนุนที่เหมาะสม และการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการ ทั้งนี้เพราะความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นอยู่กับการดึงดูดผู้มาเยือนเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับการรักษาคุณภาพทรัพยากรและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ไปพร้อมกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและสร้างการรับรู้ โดย Middleton and Clarke (2001, as cited in Somnakpong, 2018) และ Kolb (2006, as cited in Saenglaor & Kornpetchpanee, 2014) ชี้ว่าการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางเป็นหัวใจของการตลาดกลยุทธ์ครอบคลุมการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการใช้สื่อดิจิทัล ขณะที่ Kotler and Armstrong (2012, as cited in Saenglaor & Kornpetchpanee, 2014) ระบุว่าการบริหารกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความภักดีแก่นักท่องเที่ยว

จากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีทั้งหมด ตั้งแต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัจจัยการเดินทาง แรงจูงใจ การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าทุกมิติสัมพันธ์กันและมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีศักยภาพทางทรัพยากร ความโดดเด่นทางวัฒนธรรม และความท้าทายด้านการแข่งขัน การทำความเข้าใจเชิงทฤษฎีเหล่านี้จึงจำเป็นต่อการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการจัดการที่เหมาะสมและยั่งยืนในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กันส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องนี้ เพื่อการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เดือนสิงหาคม - เดือนกันยายน 2568

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสงขลาจำนวน 50,000 (Ministry of Tourism and Sports, 2024) คิดเป็น 10% ที่มาท่องเที่ยวที่ชายหาดสมิหลา การกำหนดตัวอย่างโดยใช้หลักเกณฑ์ของทาโร่ยามาเน่ (Taro Yamane) ระดับความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการเดินทางมาเที่ยว ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert scale) 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง / 4 = เห็นด้วย / 3 = เห็นด้วยปานกลาง / 2 = ไม่เห็นด้วย / 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตอนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบบปลายเปิด (ถ้ามี) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.66 ถึง 1 นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5%

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2568 โดยให้นักท่องเที่ยวแสกนคิวอาร์โค้ดเพื่อทำแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ณ จุดต่าง ๆ ในพื้นที่ชายหาดสมิหลา เช่น บริเวณศาลาไทย รูปปั้นนางเงือก ร้านค้าริมหาดและจุดบริการนักท่องเที่ยว เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นจุดแลนมาร์กสำคัญในการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจำแนกการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายระดับแรงจูงใจในแต่ละด้าน เช่น แรงผลัก (Push) และแรงดึง (Pull)

และทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics), สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์ ตัวอย่างเช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษาและภูมิลำเนา เกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จำแนกเป็นรายด้านและค่าเฉลี่ยรวม

รายละเอียด	$\bar{x}$	**S.D.**	**คะแนนประเมิน**
ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ	**4.26**	**0.64**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
รายละเอียด	$\bar{x}$	**S.D.**	**คะแนนประเมิน**
ด้านกิจกรรมและประสบการณ์	**4.31**	**0.65**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
ด้านความสะดวกในการเดินทาง	**4.21**	**0.70**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
ด้านสังคมและการตลาด	**4.32**	**0.65**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	**4.27**	**0.65**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล	**4.38**	**0.60**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.29**	**0.65**	**เห็นด้วยอย่างยิ่ง**

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา มีผลคะแนนประเมินออกมาเป็นด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา ด้านสังคมและการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.32 และด้านกิจกรรมและประสบการณ์ ค่าเฉลี่ย 4.31 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยว	Unstandarddized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ	.233	.043	.251	5.441	.000
ด้านกิจกรรมและประสบการณ์	.078	.046	.085	1.687	.092
ด้านความสะดวกในการเดินทาง	.001	.042	.001	.016	.988
ด้านสังคมและการตลาด	.233	.044	.255	5.278	.000
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	.094	.044	.103	2.123	.034
ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล	.269	.045	.270	6.025	.000

R=.856, R^2=.732,F=178.944,P Value < 0.05

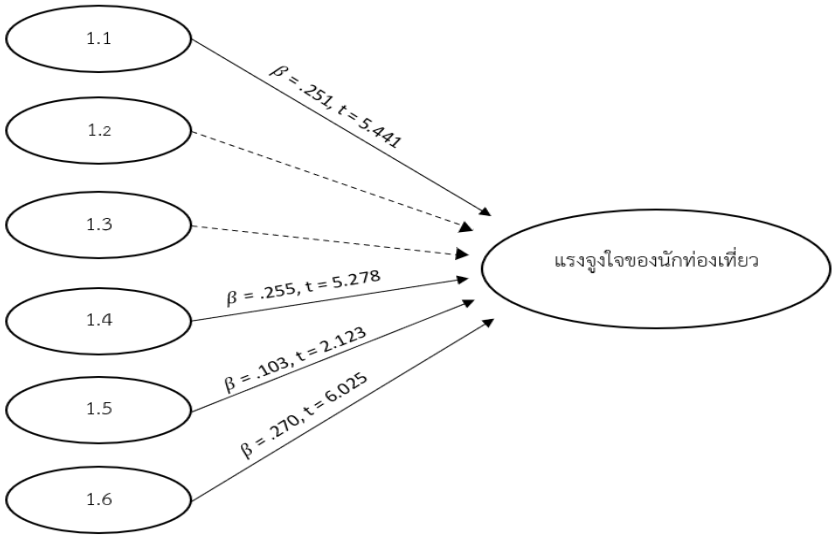
จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.0 ซึ่งเมื่อแยกพิจารณาตามตัวแปรย่อยในองค์ประกอบด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล พบว่า ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 27.0 (β = .270, t = 6.025), ด้านสังคมและการตลาด คิดเป็นร้อยละ 25.5 (β = .255, t = 5.278), ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ คิดเป็นร้อยละ 25.1 (β = .251, t = 5.441), ด้านราคาและค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 10.3 (β = .103, t = 2.123), ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 8.5 (β = .085, t = 1.687) และด้านความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 0.1 (β = .001, t = .016) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่	ปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยว	ผลการวิเคราะห์
1.1	ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ	สัมพันธ์
1.2	ด้านกิจกรรมและประสบการณ์	ไม่มีความสัมพันธ์
1.3	ด้านความสะดวกในการเดินทาง	ไม่มีความสัมพันธ์
1.4	ด้านสังคมและการตลาด	สัมพันธ์
1.5	ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	สัมพันธ์
1.6	ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล	สัมพันธ์

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ, ด้านสังคมและการตลาด, ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ และด้านความสะดวกในการเดินทาง ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

แผนภาพแสดงความสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณผลการทดสอบปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณผลการทดสอบปัจจัยการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยบละด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1.1 คนเดียว	61	15.0
1.2 ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	124	31.0
1.3 เพื่อน	208	50.0
1.4 บริษัทนำเที่ยว	1	1.0
1.5 อื่น ๆ	6	3.0
รวม	400	100.0

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
2.คุณเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลากี่ครั้ง		
2.1 1 ครั้ง	28	7.0
2.2 2-3 ครั้ง	54	13.5
2.3 4 ครั้งขึ้นไป	318	79.5
รวม	400	100.0
3.คุณใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา นานเพียงใด		
3.1 ต่ำกว่า 30 นาที	52	13.0
3.2 1-2 ชั่วโมง	198	49.5
3.3 3-4 ชั่วโมง	96	24.0
3.4 5 ชั่วโมงขึ้นไป	54	13.5
รวม	400	100.0
4.คุณใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา		
4.1 รถส่วนตัว	363	90.8
4.2 รถโดยสารประจำทาง	10	2.5
4.3 รถตู้/รถทัวร์	17	4.3
4.4 รถแท็กซี่	0	0.0
4.5 รถเช่า	7	1.6
4.6 อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100.0
5.สิ่งอำนวยความสะดวกใดที่คุณคิดว่าควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
5.1 ที่จอดรถ	169	42.3
5.2 ป้ายสื่อความหมายให้รู้ในจุดต่าง ๆ	290	72.5
รายละเอียด	**จำนวน**	**ร้อยละ**
5.3 ห้องน้ำสาธารณะ	97	24.3
5.4 ถังขยะ	189	47.3
5.5 ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก	321	80.3
5.6 ที่นั่ง	216	54.0
5.7 อื่น ๆ	9	2.7
รวม	400	100.0

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
6.การมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ครั้งนี้คุณได้ไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
6.1 ย่านเมืองเก่า	72	18.0
6.2 เขาตังกวน	238	59.5
6.3 หาดชลาทัศน์	87	21.8
6.4 สวนญี่ปุ่น	298	74.5
6.5 เขาเก้าเส้ง	210	52.5
6.6 ตลาดรถไฟ (เฉพาะวันอาทิตย์)	265	66.3
6.7 อื่น ๆ	8	2.3
รวม	400	100.0
7.การมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ครั้งนี้คุณได้ทำกิจกรรมนันทนาการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
7.1 เซิร์ฟบอร์ด	373	93.3
7.2 เล่นว่าว	350	87.5
7.3 ขี่ม้า	340	85.0
7.4 เล่นน้ำ	257	64.3
7.5 ระบายสีปูนปลาสเตอร์	233	58.3
7.6 ถ่ายรูป	72	18.0
7.7 ปิกนิก	219	54.8
7.8 ขับแทร็กเตอร์มินิ	381	95.3
7.9 อื่น ๆ	13	3.6
รวม	400	100.0
8.คุณใช้งบประมาณไปเท่าใด ในการมาท่องเที่ยวที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา (ต่อครั้ง)		
8.1 ต่ำกว่า 1,000 บาท	268	67.0
รายละเอียด	**จำนวน**	**ร้อยละ**
8.2 1,001-2,000 บาท	86	21.5
8.3 2,001-2,500 บาท	25	6.2
8.4 มากกว่า 2,500 บาท	21	5.3
รวม	400	100.0

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
9.ช่วงวันที่คุณนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา		
9.1 วันธรรมดา	160	40.0
9.2 เสาร์ - อาทิตย์	180	45.0
9.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์	50	12.5
9.4 อื่น ๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผลสรุปค่าของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเด็นลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50 จำนวนความถี่ 208 คน ประเด็นคุณเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลากี่ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 4 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 79.5 จำนวนความถี่ 318 คน ประเด็นคุณใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา นานเพียงใด ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 49.5 จำนวนความถี่ 198 คน ประเด็นคุณใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 90.8 จำนวนความถี่ 363 คน ประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวกใดที่คุณคิดว่าควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ส่วนใหญ่ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 80.3จำนวนความถี่ 321 คน ประเด็นการมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ครั้งนี้คุณได้ไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ส่วนใหญ่สวนญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 74.5 จำนวนความถี่ 298 คน ประเด็นการมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ครั้งนี้คุณได้ทำกิจกรรมนันทนาการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ส่วนใหญ่ขับแทร็กเตอร์มินิ คิดเป็นร้อยละ 95.3 จำนวนความถี่ 381 คน ประเด็นคุณใช้งบประมาณไปเท่าใด ในการมาท่องเที่ยวที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา (ต่อครั้ง) ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67 จำนวนความถี่ 268 คน ประเด็นช่วงวันที่คุณนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 45 จำนวนความถี่ 180 คน

สรุปผลและอภิปรายการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายผลการศึกษาปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

โดยมีปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน โดยมีปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน 1) ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ 2) ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ 3) ด้านความสะดวกในการเดินทาง 4) ด้านสังคมและการตลาด 5) ด้านราคาและค่าใช้จ่าย 6) ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ ประกอบด้วย 4 ประเด็น พบว่ามี 3 ประเด็นที่ปฏิเสธและมี 1 ประเด็นที่สนับสนุน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประเด็นที่ 1.ชายหาดสมิหลามีความสะอาด 2.ชายหาดสมิหลามีการดูแลพื้นที่ได้ดี 4.ทัศนียภาพของชายหาดสมิหลามีความน่าประทับใจ มีผลเป็นปฏิเสธ แสดงให้เห็นถึงปัจจัยดังกล่าวยังไม่สามารถส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ ในทางตรงกันข้ามประเด็นที่ 3.โดยรอบชายหาดสมิหลามีบรรยากาศร่มรื่นและมีความเป็นธรรมชาติ ได้รับการสนับสนุนอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงนักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับความความเป็นธรรมชาติและบรรยากาศที่ร่มรื่นของพื้นที่ชายหาดสมิหลามากกว่าการจัดการดูแลความสะอาดและการจัดการดูแลพื้นที่ชายหาดสมิหลา

ด้านที่ 2 ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ ประกอบด้วย 3 ประเด็น พบว่าทั้ง 3 ประเด็นถูกปฏิเสธ

ผลการวิเคราะห์พบว่า 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1.มีกิจกรรมให้ร่วมสนุกหลากหลายในบริเวณชายหาดสมิหลา เช่น ขี่ม้า ระบายสีปูนปลาสเตอร์ เล่นน้ำ เป็นต้น 2.การมาเที่ยวชายหาดสมิหลาให้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่น่าจดจำ และ 3.มีกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียง เช่น ย่านเมืองเก่า มีผลเป็นปฏิเสธ แสดงให้เห็นถึงนักท่องเที่ยวประเมินว่ากิจกรรมและประสบการณ์ในพื้นที่ยังไม่เพียงพอหรือไม่น่าประทับใจ และความคาดหวังในการท่องเที่ยวไม่ได้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

ด้านที่ 3 ด้านความสะดวกในการเดินทาง ประกอบด้วย 3 ประเด็น พบว่าทั้ง 3 ประเด็นถูกปฏิเสธ

ผลการวิเคราะห์พบว่า 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1.การเดินทางมายังชายหาดสมิหลาสะดวกและมีป้ายแนะนำชัดเจน เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายเตือน ป้ายบังคับ เป็นต้น 2.มีบริการขนส่งหรือการเดินทางภายในพื้นที่อย่างทั่วถึง 3.ถนนและเส้นทางคมนาคมที่ใช้เดินทางมายังชายหาดสมิหลามีสภาพดีและปลอดภัย มีผลเป็นปฏิเสธทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงชายหาดสมิหลายังมีข้อจำกัดหลากหลายประเด็น เช่น ความชัดเจนของป้ายบอกทาง การคมนาคม และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ด้านที่ 4 ด้านสังคมและการตลาด ประกอบด้วย 4 ประเด็น พบว่ามี 2 ประเด็นที่สนับสนุน และมี 2 ประเด็นที่ปฏิเสธ

ผลการวิเคราะห์พบว่า 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 2.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดให้อยากมาท่องเที่ยว และ 4.ชายหาดสมิหลาเป็นพื้นที่ส่งเสริมกิจกรรมครอบครัว มีผลเป็นสนับสนุน และมีประเด็นปฏิเสธ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1.คุณรู้จักชายหาดสมิหลาจากโซเชียลมีเดียหรือรีวิวออนไลน์ เช่น

TikTok Facebook Instagram เป็นต้น 3.ชายหาดสมิหลาเป็นพื้นที่หารายได้ให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี แสดงให้เห็นถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และพื้นที่การส่งเสริมกิจกรรมครอบครัวสามารถส่งผลถึงการสร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ ในทางตรงกันข้ามช่องทางโซเชียลมีเดียหรือการรีวิวออนไลน์ถึงจะมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลแต่การเชื่อมโยงกับชุมชนยังคงมีข้อจำกัด ทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ชายหาดสมิหลา

ด้านที่ 5 ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย 3 ประเด็น พบว่ามี 2 ประเด็นที่ปฏิเสธ และมี 1 ประเด็นที่สนับสนุน

ผลการวิเคราะห์พบว่า 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็น 1.ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดสมิหลาสมเหตุสมผล เช่น ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่ากิจกรรม เป็นต้น 3.อาหารในบริเวณหาดสมิหลามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีผลเป็นปฏิเสธ แสดงให้เห็นถึงนักท่องเที่ยวตระหนักถึงค่าใช้จ่าย ค่าการบริการและราคาอาหารในพื้นที่ชายหาดสมิหลายังไม่สอดคล้องกับความคุ้มค่าและคุณภาพที่ควรได้รับ จึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้มากอย่างที่ควร ในทางตรงกันข้ามประเด็นที่ 2.หาดสมิหลามีที่พักและอาหารในบริเวณที่มีราคาหลากหลายให้เลือกใช้บริการ ได้รับการสนับสนุนอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงบริเวณใกล้เคียงพื้นที่ชายหาดมีที่พักและอาหารที่หลากหลายจึงนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านที่ 6 ด้านความพร้อมและความต้องการส่วนบุคคล ประกอบด้วย 3 ประเด็น พบว่ามี 2 ประเด็นที่สนับสนุน และมี 1 ประเด็นที่ปฏิเสธ

ผลการวิเคราะห์พบว่า 2 ประเด็น ได้แก่ 2.คุณต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจในบรรยากาศชายทะเล 3.การมาเที่ยวชายหาดสมิหลาตรงกับความต้องการส่วนตัวของคุณ มีผลเป็นสนับสนุน แสดงให้เห็นถึงความต้องการส่วนบุคคลและการแสวงหาประสบการณ์ที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา ในทางตรงกันข้าม ประเด็นที่ 1.คุณมีเวลาว่างเพียงพอจึงเลือกมาเที่ยวชายหาดสมิหลา เช่น วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นต้น ได้รับการปฏิเสธอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึง การมีเวลาว่างไม่ใช่จุดประสงค์หลักที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะบ่งชี้ได้ว่านักท่องเที่ยวสะดวกในการจัดสรรเวลาเพื่อการพักผ่อนแม้มีข้อจำกัดเรื่องของระยะเวลาในการท่องเที่ยว

2. อภิปรายผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผ่าน Google Form กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยสามารถจำแนกลักษณะพฤติกรรมทั้ง 9 ลักษณะ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ลักษณะที่ 1 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เนื่องจากบริเวณพื้นที่ชายหาดสมิหลาและบริเวณใกล้เคียงมีสถานศึกษา เช่น โรงเรียนและมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก โดยลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางมาเป็นกลุ่มคณะ

ลักษณะที่ 2 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นจำนวน 4 ครั้งขึ้นไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางไปชายหาดสมิหลาบ่อยครั้ง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้พื้นที่อยู่อาศัย ใช้ระยะเวลาเดินทางไม่นานนัก อีกทั้งยังมีบรรยากาศที่ร่มรื่นต่อการพักผ่อน ทำให้การเดินทางบ่อยครั้งเป็นเรื่องที่ทำได้โดยไม่กระทบทรัพยากรรอบตัว ในขณะที่ชายหาดสมิหลายังมีการจัดกิจกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชายหาดสมิหลาได้บ่อยครั้ง

ลักษณะที่ 3 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง เป็นการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวค่อนข้างสั้น แสดงให้เห็นถึงนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวแบบไป - กลับ (One-day Trip) โดยการเดินทางไปเช้า - เย็นกลับ เนื่องจากเป็นการพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลายหรือเปลี่ยนบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ

ลักษณะที่ 4 พาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วย รถส่วนตัว เนื่องจากมีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวในการกำหนดระยะเวลาและเส้นทาง อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกันเป็นกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้รถส่วนตัวมากกว่ารถตู้หรือรถทัวร์ เพื่อความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกจากสำรวจความต้องการ ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว คือ ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก เนื่องจากร้านของที่ระลึกไม่มีที่ตั้งเป็นหลักเป็นแหล่งและขาดศูนย์กลางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการค้นหาและเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งสินค้าที่มีจำหน่ายยังขาดความหลากหลายและไม่ได้ถูกรวบรวมไว้ในที่เดียว จึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

ลักษณะที่ 6 แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว คือ สวนญี่ปุ่น เนื่องจาก สวนญี่ปุ่นตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณชายหาดสมิหลามากที่สุด นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางถึงได้โดยสะดวกและใช้เวลาไม่นาน อีกทั้งบรรยากาศภายในสวนมีความร่มรื่น สงบ และเหมาะแก่การพักผ่อนหรือถ่ายภาพ ทำให้ตอบสนองทั้งความต้องการด้านการพักผ่อนและกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน จึงทำให้การเดินทางไป สวนญี่ปุ่นสะดวกกว่าสถานที่อื่น ๆ

ลักษณะที่ 7 กิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้มาเข้าร่วมส่วนใหญ่ คือ รถแทร็กเตอร์มินิ เนื่องจากกิจกรรมนี้กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันมากที่สุด เพราะเป็นกิจกรรมที่สนุก ตื่นเต้น และท้าทาย เหมาะกับทั้งเด็กและผู้ใหญ่ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ และสามารถสร้างความทรงจำที่ดีระหว่างการท่องเที่ยว จึงทำให้กิจกรรมนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งเด็กและผู้ใหญ่ได้เป็นอย่างดี

ลักษณะที่ 8 งบประมาณในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว คือ ต่ำกว่า 1,000 เนื่องจากลักษณะการเดินมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อนที่เป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด ทำให้มักวางแผนใช้จ่ายอย่างประหยัด เลือกกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง อีกทั้งลักษณะการเดินทางเป็นแบบกลุ่มทำให้มีการจัดสรรค่าใช้จ่ายร่วมกัน ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมักเน้นกิจกรรมที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและให้ความสนุกสนานควบคู่กับการพักผ่อน จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อนที่เป็นนักเรียนและนักศึกษา

ลักษณะที่ 9 วันที่นิยมเดินทางมา คือ วันเสาร์ - อาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันหยุดของนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มคนทั่วไป และเป็นวันพักผ่อนหย่อนใจของหลายๆ กลุ่ม ทำให้สามารถวางแผนเดินทางมาเที่ยวได้สะดวก อีกทั้งเป็นวันที่หลายคนใช้พักผ่อนหย่อนใจ ทำกิจกรรมนันทนาการ หรือออกทริปกับเพื่อนและครอบครัวได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การเลือกเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ยังช่วยให้ผู้เดินทางสามารถใช้เวลาท่องเที่ยวได้เต็มวันโดยไม่กระทบตารางเรียนหรือการทำงาน จึงทำให้วันเสาร์-อาทิตย์เป็นวันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

3. อภิปรายผลการศึกษาการนำเสนอรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา พบว่า รูปแบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา สามารถนำเสนอรูปแบบได้ดังนี้

รูปแบบที่ 1 สมิหลา: โมเดลการจัดการชายหาดเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน

การจัดการชายหาดสมิหลาในรูปแบบการปฏิบัติตามแนวทางของการอนุรักษ์ธรรมชาติและการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่สามารถทดแทนได้ การไม่มีมาตรการป้องกันดูแลและการฟื้นฟูธรรมชาติที่เหมาะสม อาจส่งผลต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้น การจัดการจึงต้องมุ่งเน้นการควบคุมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมลภาวะและการเสื่อมโทรมของธรรมชาติ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศให้กับคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

กำหนดระบบการคัดแยกขยะและกำหนดจุดทิ้งขยะตามมาตรฐานสากล คือ การจัดให้มีภาชนะสำหรับทิ้งขยะที่มีการรองรับ รูปทรงอย่างเหมาะสม แข็งแรง และวางในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกเพียงพอต่อการใช้งาน โดยต้องมีการแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน เช่น ขยะทั่วไป รีไซเคิล และอันตราย พร้อมทั้งคำนึงถึงเรื่องสุขอนามัย ป้องกันกลิ่นและสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค รวมไปถึงมีป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการทิ้งขยะอย่างมีวินัย อีกทั้งยังต้องมีระบบดูแลและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ ผ่านการรีไซเคิลและลดปริมาณขยะให้กับชายหาด

รูปแบบที่ 2 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวชายหาดสมิหลา: สู่การสร้างประสบการณ์และชุมชนเข้มแข็ง

การคิดค้นรูปแบบประสบการณ์การการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านกิจกรรมนันทนาการ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ โดยมีหลักการท่องเที่ยวไม่ใช่แค่การพักผ่อน แต่เป็นการสร้างความทรงจำผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมกีฬาทางน้ำและกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น วอลเลย์บอลบนชายหาด เรือบานาน่าโบ๊ท รวมถึงจัดสร้างจุดเช็คอินถ่ายภาพเป็นแลนด์มาร์กใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มความน่าสนใจให้กับพื้นที่ชายหาด นอกจากนี้ ควรพัฒนากิจกรรมเดิมที่มีอยู่ให้มีเอกลักษณ์และแตกต่างออกไป ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงชุมชน เช่น การจัดการแข่งขันกีฬา กิจกรรมดนตรีบนชายหาด และการแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน ทั้งนี้ยังสร้างโอกาสในการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ชายหาดสมิหลา

รูปแบบที่ 3 สมิหลา: กลยุทธ์การจัดการชายหาดเชิงบูรณาการ

รูปแบบนี้ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการเข้าถึงพื้นที่ชายหาด โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ปลอดภัย ตั้งแต่การเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาจนถึงชายหาดสมิหลา

แนวทางการดำเนินงาน

เริ่มจากการปรับปรุงถนน ทางเดินเท้า และติดตั้งป้ายบอกทางหลากหลายภาษาจัดระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถสองแถว เชื่อมตัวเมืองกับชายหาดสมิหลา จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวพร้อมเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและแนะนำ พัฒนาห้องสุขา จุดพักผ่อน และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน จัดสร้างระบบไฟส่องสว่างและติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

รูปแบบที่ 4 ชายหาดสมิหลา: การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนและแบรนด์ท่องเที่ยว

รูปแบบนี้เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการท่องเที่ยว โดยคนในพื้นที่จัดว่าเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รายได้จากการท่องเที่ยวควรได้รับการจัดสรรกระจายรายได้อย่างทั่วถึงผ่านผลิตภัณฑ์และการบริการที่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่

แนวทางการดำเนินงาน

ดำเนินการจัดตั้งถนนคนเดินหรือพื้นที่ทางการค้าขายของชุมชนในท้องถิ่นบริเวณชายหาดสมิหลาให้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP และของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในพื้นที่กำหนดมาตรฐานราคาสินค้าและบริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้เข้าถึงตลาดและโอกาสทางธุรกิจ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงของคนในพื้นที่ คือการสาธิตภูมิปัญญาการประมง เช่น การจับปลาแบบดั้งเดิม การทำอวน การตากปลา

รูปแบบที่ 5 มิหลา โมเดล: การจัดการชายหาดเชิงนิเวศและประสบการณ์นักท่องเที่ยว

รูปแบบการพัฒนาชายหาดสมิหลามุ่งเน้นการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ในระดับสากล ผ่านการดำเนินกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ซึ่งครอบคลุมทั้งการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์เชิงกิจกรรม เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชายหาดสมิหลาและเพื่อเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ของสินค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงชายหาดอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

จัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมีสร้างความร่วมมือกับโรงแรม บริษัทนำเที่ยวและสายการบินเพื่อพัฒนาแพ็กเกจการท่องเที่ยวจัดกิจกรรมทางการตลาดและเทศกาล เช่น เทศกาลดนตรีริมทะเล เทศกาลอาหาร และงานแข่งขันกีฬาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีการสร้างแบรนด์ “สมิหลา” เป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวชายฝั่งภาคใต้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา” คณะวิจัยขอเสนอแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ชายหาดสมิหลา ดังนี้

1. การส่งเสริมและกำกับดูแลพื้นที่ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดและบริหารแผนการจัดการพื้นที่ (Carrying capacity zoning) ชายหาดสมิหลาอย่างเป็นระบบ โดยจัดสรรพื้นที่สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ อย่างชัดเจน พร้อมกำหนดมาตรการควบคุมด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ทั้งการรักษาความสะอาด การจัดการระบบขยะ การจัดระเบียบการจราจร และการควบคุมกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดการใช้พื้นที่อย่างยั่งยืนและเป็นระเบียบ

2. การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก ให้เหมาะสมกับลักษณะพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดสร้างหรือปรับปรุงห้องน้ำสาธารณะ การจัดพื้นที่จอดรถ การติดตั้งระบบไฟส่องสว่าง การจัดพื้นที่สำหรับการพักผ่อน รวมถึงการพัฒนาเส้นทางพื้นที่สำหรับการเดินเท้าและป้ายบอกทาง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

3. การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ควรส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชายหาดสมิหลา เช่น การจัดงานหรือเทศกาลท้องถิ่น กิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม หรือเวิร์กช็อปที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มความมีเสน่ห์ และยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์ชายหาดสมิหลา

ข้อจำกัดในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อจำกัดด้านทักษะการอ่าน การเขียนและการใช้แบบสอบถามของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุบางรายมีข้อจำกัดในการอ่าน การเขียนหรือการทำความเข้าใจแบบสอบถาม ทำให้ต้องอาศัยการอธิบายเพิ่มเติมจากผู้เก็บข้อมูล ซึ่งอาจทำให้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลยาวนานขึ้น

2. ข้อจำกัดด้านระยะเวลา โดยงานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลเฉพาะในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ค่อนข้างจำกัด เมื่อพิจารณาถึงความแปรผันของปริมาณและลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาลแล้ว การเก็บข้อมูลในระยะเวลาสั้นอาจไม่สะท้อนรูปแบบพฤติกรรมหรือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาอื่นของปีได้อย่างครบถ้วน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตของการศึกษาให้นักเรียน นักศึกษามาทัศนศึกษาที่ชายหาดหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบการจัดการและหาข้อแตกต่างที่สามารถนำมาผสมผสานใช้ได้อย่างเหมาะสม

2. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงประชากรที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เช่น ชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น

3. ควรใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่อธิบายด้านพฤติกรรม ด้านความคาดหวัง และด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

4. ควรมีการศึกษาด้านความยั่งยืนของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม เพื่อให้การพัฒนาพื้นที่ชายหาดสมิหลาสามารถดำเนินไปได้อย่างเหมาะสมในระยะยาว

5. ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมการท่องเที่ยว เช่น Smart Tourism หรือการจัดทำระบบข้อมูลนักท่องเที่ยวและการจัดทำระบบประเมิน Feedback ของนักท่องเที่ยว มาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้การจัดการพื้นที่ชายหาดสมิหลาสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันบรรณานุกรม

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวพื้นที่ชายหาดสมิหลา จังหวัดสงขลา” ขอขอบคุณ หน่วยงานราชการในจังหวัดสงขลา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.บุณวัทน์ ศรีขวัญ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และชี้แนะแนวทางการทำวิจัยตลอดระยะเวลา จนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดนี้ ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Ajzen, I. (1991). The theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179 - 211. Retrieved from https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice - Hall.

Arpornsangvijit, Y. (2017). *Factors Influencing Individual Female's Selection of a Solo Travel in Bangkok and Its Vicinity* [Master's thesis, Thammasat University].

Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacations. *Annals of Tourism Research, 6*(4), 408 - 424. Retrieved from https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5

Imjaichit, N. (2021). *Approaches for Developing the Natural Tourist Attraction in Mangrove Forest Area at Tambon Kalong, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province* [Master's independent study, Dhurakij Pundit University].

Jantrawornsjit, R. (2021). *Tourism Motivation and Tourism Experience Affecting Thai Tourists' Satisfaction in Traveling to Kanchanaburi Province* [Unpublished master's thesis]. Dhurakij Pundit University.

Kudchachai, K. (2020). *A study of Tourism Motivation and Satisfaction of Thai Tourists Traveling to Bang Kachao Community, Samut Prakan Province* [Master's thesis, Dhurakij Pundit University]. Retrieved from https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Kodchapan.Kud.pdf

Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Thailand Tourism Statistics 2024*. Retrieved from https://www.mots.go.th

Pollution Control Department. (2024). *Report on the Situation of Marine Pollution and Coastal Water Quality 2023*. Retrieved from https://www.pcd.go.th

Saenglaor, C., & Kornpetchpanee, S. (2014). Causal Relationship Model of Loyalty to Tourist Attractions in the East of Thai Tourists. *Research Methodology and Cognitive Science, 12*(2), 23 - 33.

Singsung, N. (2020). *Factors in Selecting Destination of Thai Tourists Visiting Phra Narai Ratchaniwet, Lopburi Province* [Master's independent study, Dhurakij Pundit University]. Retrieved from https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Naratip.Sin.pdf

Somnakpong, S. (2018). Potential Development of Creative Tourism Identity in the Ancient City of Cha Kang Rao. *Cultural Approach Journal, 19*(36), 3 - 16.

Tantipanichkul, T., Pathumporn, J., & Isichaikul, R. (2021). Visitor Management Strategy Towards Tourist Attraction Sustainability. *Journal of North Eastern University, 11*(2), 255 - 269.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model. *Tourism Management, 26*(1), 45 - 56. Retrieved from https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016