

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ Factors Affecting Thai Tourists Spending in Kamphaeng Phet Province in The New Normal

เวนิกา จันคุ้ม^{1*} และอรรชยา เซ็นเครือ²

^{1*,2} คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Wenika Jankum^{1*} and Akkaya Senkrua²

^{1*,2} Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เลือกสุ่มตัวอย่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 1 วัน ใช้พาหนะการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ ให้ความสำคัญกับการจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า มีแหล่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต เลือกที่พักในรูปแบบเต็นท์ เลือกราคาที่พักประมาณ 501 - 1,000 บาท และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวประมาณ 1,000 - 2,000 บาท สำหรับปัจจัยการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ ด้านที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ **คำสำคัญ:** 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว 2) การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว 3) การท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่

Abstract

The research aims to study the travel behavior of Thai tourists in Kamphaeng Phet province and the factors affecting tourism spending among Thai tourists in Kamphaeng Phet province in the new normal. The research found that Thai tourists behaviors: Most of them spend an average of 1 day traveling, using a private car as a means of transportation. The purpose of tourism in Kamphaeng Phet province is relaxation. The most popular form of tourism is nature tourism. Most Thai tourists are aware of the New Normal of tourism, emphasizing B-Booking. There are sources of tourism information in Kamphaeng Phet province via websites and the internet. There are options for tent accommodation, with prices ranging from 501 to 1,000 baht. The average cost per trip to Kamphaeng Phet province is around 1,000 to 2,000 baht. Factors affecting tourism : Souvenirs and memorabilia, tourist attractions, tourist activities, travel and public transportation, and accommodation affect tourism spending in Kamphaeng Phet Province in the New Normal.

Keywords: Traveling Behavior, Tourist Expenditure, Tourism in the New Normal

^{1*} นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (Graduate Student, Master of Economics Program) Email: wenikaj65@nu.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ (Assistant Professor, Department of Economics)

บทนำ (Introduction)

ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคการบริการที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (Economic growth) ในปี 2562 มีสัดส่วนถึง ร้อยละ 20 – 22 ต่อ GDP กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2564) การบริโภคและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญและการจ้างงานจำนวนมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ในปี 2564 ประเทศไทยประสบกับสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจหดตัวลง ส่งผลโดยตรงต่อภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต่อมาสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ได้คลี่คลายขึ้น ปี 2565 รัฐบาลได้มีนโยบายเปิดประเทศ โดยให้ภาครัฐมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยง ให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาใช้ให้มีความทันสมัย การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่หรือการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2566) นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2566 นายกรัฐมนตรีได้มีนโยบายกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งหวังกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองสู่การท่องเที่ยวเมืองหลัก โดยนำจุดเด่นแต่ละพื้นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมีแนวความคิดหลัก 4 แนวทาง ได้แก่ 1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 2) การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น High Season ตลอดทั้งปี 3) พัฒนาการเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยว และ 4) การทำให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น รัฐบาลไทย (2566)

จังหวัดกำแพงเพชรตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง เป็นเมืองรองที่มีภาคการท่องเที่ยวที่โดดเด่น โดยภาคการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP) ปี 2564 เท่ากับ 110,844 ล้านบาท เป็นลำดับที่ 2 ของภาคเหนือ เป็นลำดับที่ 28 ของประเทศ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวยังเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาจังหวัดในระยะ 5 ปี จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สวยงามหลากหลายมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยมีอุทยานแห่งชาติเป็นที่รู้จักถึง 3 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ในปี 2534 และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร (2565)

ตาราง 1 รายได้นักท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

ปี พ.ศ.	รายได้ นักท่องเที่ยว ชาวไทย (ล้านบาท)	รายได้ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (ล้านบาท)	รายได้ นักท่องเที่ยว รวม (ล้านบาท)	จำนวน นักท่องเที่ยว ชาวไทย (คน)	จำนวน นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	จำนวน นักท่องเที่ยว รวม (คน)
2562	1,609.82	50.19	1,660.01	759,513	23,388	782,901
2563	853.17	16.04	869.21	455,155	5,326	460,481
2564	415.39	1.19	416.28	269,126	691	269,817
2565	1,288.27	32.01	1,320.28	764,183	16,903	781,086
2566*	1,006.66	39.82	1,046.48	514,104	17,878	531,982

*ปี พ.ศ. 2566 ข้อมูล ณ เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากตารางรายได้การท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าในปี 2566 รายได้นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,006.66 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 96.19 รายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 39.82 ล้านบาท

คิดเป็นร้อยละ 3.81 กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) เมื่อเปรียบเทียบรายได้การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นแหล่งรายได้หลักของจังหวัดกำแพงเพชร หรือสังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของจังหวัด แต่เมื่อนำรายได้นักท่องเที่ยวเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว ในปี 2566 พบค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประมาณ 1,967 บาทต่อคน จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวยังมีการใช้จ่ายต่อหัวที่ต่ำ ทำอย่างไรจะเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังไม่มีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและภาคเอกชนในการทราบข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทราบถึงองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เพื่อใช้ประกอบการจัดทำนโยบายและสามารถนำไปวางแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่ ที่เน้นรองรับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในอนาคตและสร้างความยั่งยืนให้กับภาคการท่องเที่ยว จึงเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักของจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งส่งเสริมให้จังหวัดกำแพงเพชรเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพตามนโยบายรัฐบาลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ติดต่อกัน เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อน หรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมหรือศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น องค์การการท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ Warach Madhyamapurush (2562) 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ สำหรับการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่แล้วเอกชนเป็นผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ มิงสรรพ์ และคณะ (2566) 1) ที่พักอาศัย เป็นองค์ประกอบหลักอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ซึ่งเป็นที่พำนักของนักท่องเที่ยวที่ต้องท่องเที่ยวราคาประหยัด 2) อาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหาร คาเฟ่ บาร์ และอื่น ๆ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

การท่องเที่ยวแบบปกติใหม่หรือการท่องเที่ยววิถีใหม่ New Normal

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบปกติใหม่หรือท่องเที่ยววิถีใหม่ หรือที่เรียกว่าพฤติกรรมแบบ “BEST” ประกอบด้วย คณาธิป ไกษณ (2565) ประยูร แสนสมัคร, กมลทิพย์ คำใจ (2565) ดังนี้

- 1) B-Booking คือ การจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถจัดสรรบริการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุข ทั้งการจำกัดจำนวนคน และการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล
- 2) E-Environment เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 3) S-Safety เป็นการเน้นเรื่องความปลอดภัย โดย ททท. ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขจัดทำโครงการ ยกกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety &

Health Administration: SHA) ซึ่งมีการมอบตราสัญลักษณ์ให้กับผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐาน SHA เพื่อเป็นการรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัยแก่นักท่องเที่ยว

4) T-Technology เป็นการนำเทคโนโลยี มาช่วยเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น การใช้แพลตฟอร์ม Smart Map เพื่อช่วยในเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้สะดวกสบายและปลอดภัย เป็นต้น

ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดัน-แรงจูงใจดึงดูด (Push – Pull Theory)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าทฤษฎีแรงจูงใจผลักดัน-แรงจูงใจดึงดูด (Push – Pull Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัยหลัก ดังนี้ D Widiyastuti , H Ermawati (2019) Phisunt Tinakhat (2563) ธวัชรัตน์ ญาณทศศิลป์ (2564)

1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ ปัจจัยที่เกิดจากภายในตัวบุคคล ทำให้เกิดพฤติกรรมในเรื่องต่าง ๆ เพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ เช่น ความต้องการหรือแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว เป็นต้น หากเปรียบเทียบในการท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดัน คือ แรงจูงใจภายในให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้น ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการ และทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ทักษะคิด ค่านิยม ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ สุขภาพ สัญชาตญาณและความต้องการของมนุษย์ เวลาว่าง การสร้างประสบการณ์

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ ปัจจัยภายนอก หรือสิ่งดึงดูดที่น่าสนใจ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการจนเกิดพฤติกรรม หากเปรียบเทียบในการท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูด คือ แรงจูงใจภายนอกให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนั้น ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการ

ทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการอุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้านั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและเวลา โดยมีปัจจัย เช่น วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562, หน้า 39-40)

1) ราคาของสินค้าและบริการ เมื่อราคาของสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อสินค้านั้นจะมีน้อย แต่ถ้าวราคาดลดลงปริมาณซื้อจะมากขึ้น

2) รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ ค่านิยม การศึกษา อิทธิพลการโฆษณา เป็นต้น

3) รายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูกและไปบริโภคสินค้าราคาแพง

4) ราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะทดแทนกันได้หรือใช้ประกอบกัน

5) การคาดการณ์ด้านราคา จะมีผลต่อปริมาณการซื้อในปัจจุบัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง

6) สภาพการณ์ว่าการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ

ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค แบ่งได้เป็น 2 ส่วนตามวิธีการวิเคราะห์ คือ ทฤษฎีอรรถประโยชน์และเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ ในการวิจัยจะใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์ในการวิเคราะห์อรรถประโยชน์ (Utility) คือ ความพอใจที่บุคคลได้รับจากการอุปโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง อรรถประโยชน์ของสินค้าหรือบริการจะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกัน **ดุลยภาพของผู้บริโภค** ผู้บริโภคจะพิจารณาว่าจะใช้จ่ายอย่างไรภายใต้รายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดและได้รับความพึงพอใจสูงสุดมีเงื่อนไขการพิจารณา 2 กรณี ดังนี้ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2562, หน้า 90-91)

1) กรณีผู้บริโภครายได้ไม่จำกัดและสินค้าทุกชนิดมีราคาเท่ากัน คือ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าที่มีความพอใจมากที่สุดเป็นอันดับแรกและต่อไปเรื่อย ๆ จนอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU ของสินค้าเท่ากับศูนย์ ผู้บริโภคจะยุติการซื้อสินค้านั้น

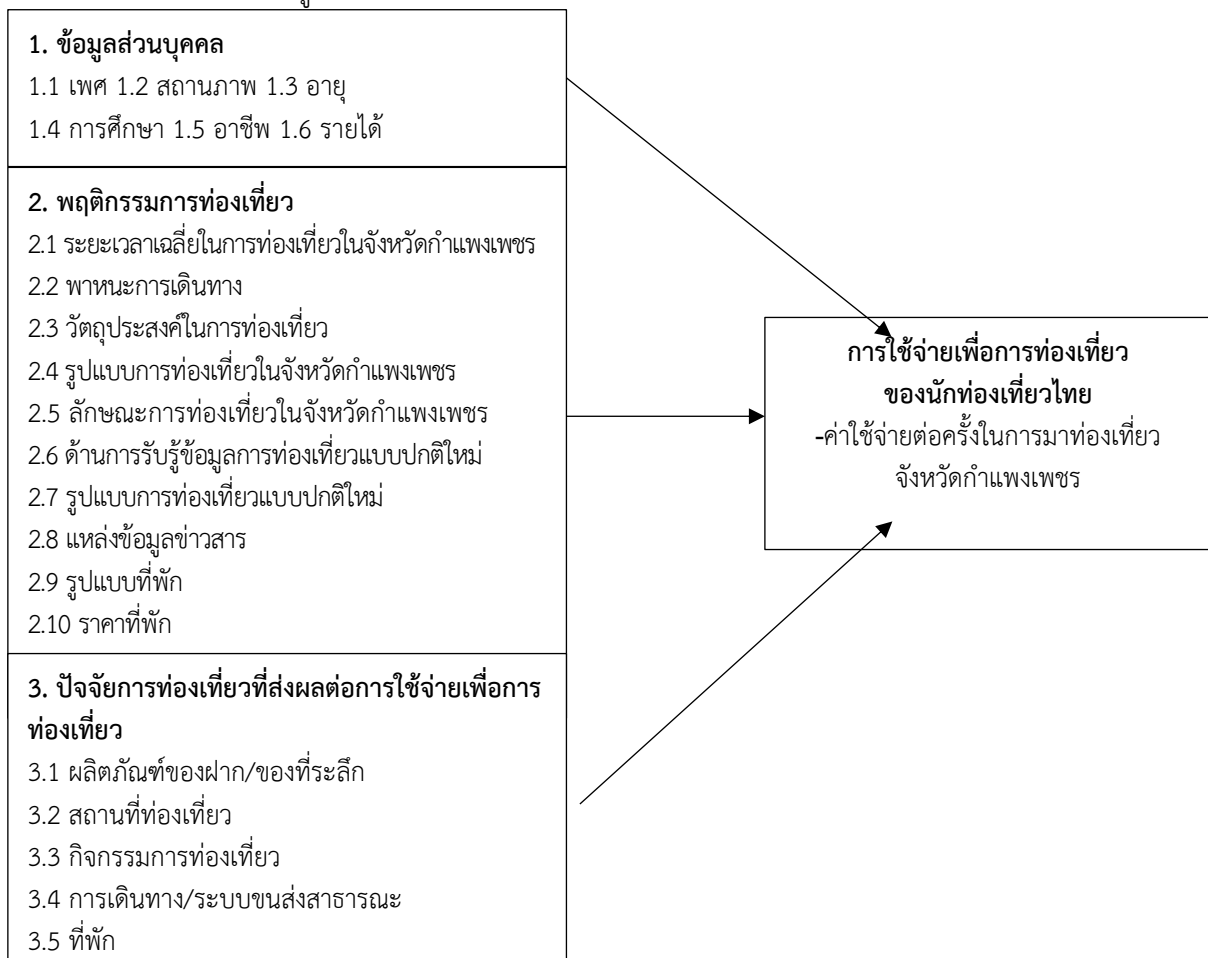
2) กรณีผู้บริโภครายได้จำกัดและสินค้าแต่ละชนิดมีราคาไม่เท่ากัน คือ รายได้ของผู้บริโภคมีจำกัดและสินค้าแต่ละชนิดราคาไม่เท่ากัน ควรตัดสินใจซื้อสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU สูงสุดก่อน โดยซื้อจนถึงหน่วยที่อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU ของสินค้านั้นเท่ากับ อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม MU ของหน่วยแรกของสินค้าอย่างที่สอง ทำเช่นนั้นจนหมดได้ที่มีอยู่

ทบทวนวรรณกรรม

จากทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีการศึกษาเรื่องการตัดสินใจท่องเที่ยวเมื่อมองจังหวัดกำแพงเพชรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่าด้านกระบวนการส่งผลการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรมากที่สุด วรปภา สุขหรั่ง (2564) การศึกษาเรื่อง An Analysis on Push and Pull Motivations of Thai Tourists to Kamphaeng Phet Province of Thailand พบว่าปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลในการเลือกท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร คือ ทัศนียภาพที่สวยงาม ความสงบ Phisunt Tinakhat (2563) และการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกโดยอาศัยรถประจำทาง ทำกิจกรรมชมโบราณสถาน โดยมีค่าใช้จ่ายเพียง 0 - 500 บาท วชิรวิทย์ วรรณิกา (2559)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการ (Methods)

ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ปี พ.ศ. 2565 จำนวน 764,183 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์ Yamane (1973) จากการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 399.79 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งได้ทดสอบเครื่องมือตามวิธีการคำนวณค่าความตรงด้วยวิธีค่าดัชนีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ (IOC : Indexes of Item Objective Congruence) มีค่าเท่ากับ 0.81 จากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.934 และผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พาหนะการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ รูปแบบการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ แหล่งข้อมูลข่าวสาร รูปแบบที่พัก ราคาที่พัก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ และด้านที่พัก สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของช่วงคะแนนเฉลี่ย โดยการนำคะแนนแบบมาตราส่วนประเมินค่าลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ มาจัดเป็นอันตรภาคชั้นในการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 5 = ระดับความคิดเห็น มากที่สุด , 4 = ระดับความคิดเห็น มาก , 3 = ระดับความคิดเห็น ปานกลาง , 2 = ระดับความคิดเห็น น้อย , 1 = ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

วิธีการเก็บข้อมูล

การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบ่งกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นตามแผนพัฒนาจังหวัดเป็น 2 แหล่ง จังหวัดกำแพงเพชร (2565) ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติคลองลาน จำนวน 100 คน อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า จำนวน 100 คน

2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จำนวน 100 คน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

วิธีการวิเคราะห์และ/หรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าสถิติส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดย การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พาหนะการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว แบบปกติใหม่ รูปแบบการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ แหล่งข้อมูลข่าวสาร รูปแบบที่พัก ราคาที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ ด้านที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1) สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าที (Independent ample: T-Test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2) สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance or ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการศึกษา (Results)

ภาพรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 สรุปข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร และส่วนสุดท้ายสรุปผลลัพธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 227 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 66 มีช่วงอายุประมาณ 25-34 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และมีช่วงรายได้ประมาณ 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 1 วัน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 2 วัน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ใช้พาหนะการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาโดยรถสาธารณะ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อการพักผ่อน จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90 นิยมท่องเที่ยวรูปแบบเชิงธรรมชาติ จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 สำหรับด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ หรือ การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 ไม่ทราบข้อมูล จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ ดังนี้ นิยมรูปแบบ B-Booking การจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมารูปแบบ E-Environment เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรผ่านทางเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96 ส่วนใหญ่มีรูปแบบที่พักเป็นเดย์โฮม จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาโรงแรม จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 เลือกราคาที่พักช่วงประมาณ 501 - 1,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาช่วงประมาณ 0 - 500 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยว

จังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ ช่วงประมาณ 1,000 - 2,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา ช่วงประมาณ 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ โดยกำหนดสมมติฐาน 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดกำแพงเพชร

ลำดับ	ปัจจัยส่วนบุคคล		Mean	Std. Deviation	F	Sig
1	เพศ	ชาย	2.60	1.35	0.48	0.49
		หญิง	2.59	1.31		
2	สถานภาพ	โสด	2.29	1.12	28.74	0.00
		สมรส	3.17	1.48		
3	อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	1.77	0.83	27.49	0.00
		25-34 ปี	2.63	1.18		
		35-44 ปี	3.21	1.33		
		45-54 ปี	3.42	1.52		
		สูงกว่า 55 ปี	3.20	1.75		
4	ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.98	1.06	29.58	0.00
		ปริญญาตรี	2.80	1.29		
		สูงกว่าปริญญาตรี	3.89	1.59		
5	อาชีพ	รับราชการ	3.38	1.49	20.32	0.00
		พนักงานเอกชน	2.65	1.15		
		เกษตรกร	2.42	1.20		
		รับจ้าง	2.59	1.21		
		นักศึกษา	1.43	0.61		
		อื่น ๆ ค้าขาย	2.92	1.24		
6	รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.82	1.07	34.91	0.00
		10,000 - 20,000 บาท	2.28	1.05		
		20,001 - 30,000 บาท	2.95	1.20		
		30,001 - 40,000 บาท	3.63	1.13		
		40,001 - 50,000 บาท	3.89	1.41		
		สูงกว่า 50,001 บาท	5.00	1.22		

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้วยการวิเคราะห์ t-test และ ANOVA พบว่าปัจจัยด้านสถานภาพที่พบค่า sig น้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ด้านสถานภาพ ด้านอายุ ระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พาหนะการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ รูปแบบการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ แหล่งข้อมูลข่าวสาร รูปแบบที่พัก ราคาที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตาราง 3 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่

ลำดับ	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		Mean	Std. Deviation	F	Sig
1	ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร	1 วัน	2.56	1.33	3.20	0.04
		2 วัน	2.52	1.27		
		มากกว่า 2 วัน	3.11	1.47		
2	พาหนะการเดินทางที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร	รถยนต์ส่วนบุคคล	2.62	1.33	4.49	0.01
		รถเช่า	5.00	0.00		
		รถโดยสารสาธารณะ	1.80	0.94		
3	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร	เพื่อพักผ่อน	2.54	1.29	4.16	0.00
		เพื่อประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา	3.85	1.63		
		เพื่อการกีฬา	1.00	0.00		
		เพื่องานอดิเรก	3.15	1.28		
		เพื่อเยี่ยมญาติมิตร	2.46	1.27		
4	รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร	แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	2.54	1.29	1.18	0.28
		แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณี	2.69	1.38		
5	ลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร	ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	2.54	1.25	7.45	0.00
		ท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ	2.93	1.44		
		ท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน	2.26	1.15		
		อื่น ๆ เช่น คู่รัก	2.50	0.71		
6	ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่	ทราบ	2.64	1.35	7.27	0.01
		ไม่ทราบ	2.21	1.04		
7	รูปแบบการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่	B-Booking การจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า	2.50	1.37	2.57	0.05
		E-Environment เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	2.89	1.28		

ลำดับ	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		Mean	Std. Deviation	F	Sig
		Safety เป็นการเน้นเรื่องความปลอดภัย ได้มาตรฐาน	2.43	1.22		
		T-Technology เป็นการนำเทคโนโลยี มาช่วยเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว	2.71	1.53		
8	แหล่งข้อมูลข่าวสาร	เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต	2.56	1.31	2.40	0.07
		โทรทัศน์ วิทยุ	3.71	1.11		
		นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์	3.40	2.07		
		อื่น ๆ เพื่อนแนะนำ	2.75	1.26		
9	รูปแบบที่พัก	โรงแรม	2.96	1.34	9.14	0.00
		เกสต์เฮ้าส์ รีสอร์ท	2.88	1.41		
		โฮมเสตย์	2.75	1.14		
		เต็นท์	2.18	1.11		
		อื่นๆ เช่น บ้านพักอุทยาน	3.18	1.71		
10	ราคาที่พัก	0 - 500 บาท	2.21	1.18	8.52	0.00
		501 - 1,000 บาท	2.37	1.28		
		1,001 - 1,500 บาท	3.05	1.35		
		1,501 - 2,000 บาท	3.09	1.35		
		2,001 - 2,500 บาท	2.69	1.03		
		มากกว่า 2,500 บาท	4.50	0.58		

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์ t-test และ ANOVA พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่พบค่า sig น้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พาหนะการเดินทางที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ รูปแบบที่พัก ราคาที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ ด้านที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ที่แตกต่างกัน

ตาราง 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่

ลำดับ	ปัจจัยการท่องเที่ยว	Mean	Std. Deviation	F	Sig
1	ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก	3.75	0.75	5.27	0.00
2	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.99	0.69	3.73	0.00
3	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.07	0.61	4.11	0.00
4	ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ	3.85	0.74	6.70	0.00

ลำดับ	ปัจจัยการท่องเที่ยว	Mean	Std. Deviation	F	Sig
5	ด้านที่พัก	3.86	0.78	5.78	0.00

* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ด้วยการวิเคราะห์ ANOVA พบว่าปัจจัยการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ และด้านที่พัก พบค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตาราง 5 แสดงผลสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการท่องเที่ยว

ลำดับ	ปัจจัยการท่องเที่ยว	Mean	S.d.	แปลผล
1	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.07	0.61	มาก
2	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.99	0.69	มาก
3	ด้านที่พัก	3.86	0.78	มาก
4	ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ	3.85	0.74	มาก
5	ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก	3.75	0.75	มาก
	เฉลี่ย	3.90	0.71	มาก

จากตารางพบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$ S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.61) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.99$ S.D. = 0.69) ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.86$ S.D. = 0.78) ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ ($\bar{X} = 3.85$ S.D. = 0.74) และด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามของการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีช่วงอายุประมาณ 25-34 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีช่วงรายได้ประมาณ 10,000 - 20,000 บาท สอดคล้องกับ วชิรวิทย์ วรรณิกา (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีช่วงอายุประมาณ 25-34 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และ Phisunt Tinakhat (2563) ที่ศึกษาเรื่อง An Analysis on Push and Pull Motivations of Thai Tourists to Kamphaeng Phet Province of Thailand พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี รายได้ อยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 1 วัน ใช้พาหนะการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวรูปแบบเชิงธรรมชาติ มีลักษณะการท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ หรือ

การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) นิยมรูปแบบ B-Booking การจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรผ่านทางเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีรูปแบบที่พักเป็นเตียง เลือกราคาที่พักช่วงประมาณ 501 - 1,000 บาท และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรได้แก่ ช่วงประมาณ 1,000 - 2,000 บาท สอดคล้องกับ Phisunt Tinakhat (2563) ที่ศึกษาเรื่อง An Analysis on Push and Pull Motivations of Thai Tourists to Kamphaeng Phet Province of Thailand พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยว จำนวน 1-3 วัน

จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้ ด้านสถานภาพด้านอายุ ระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ สำหรับปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้ ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร พาหนะการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ รูปแบบที่พัก ราคาที่พัก และปัจจัยการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ ด้านที่พัก ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกำแพงเพชร ในยุคความปกติใหม่ สอดคล้องกับ เกียรติคุณ หมอกเมือง (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอายุ รายได้ ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ระดับการศึกษา วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ด้านลักษณะการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งข่าวสารโดยการโฆษณา ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง ส่งผลต่อระดับความค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรมีการใช้จ่ายที่ต่ำประมาณ 1,000 - 2,000 บาท เนื่องจากส่วนใหญ่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวสั้น ดังนั้น ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จึงถูกใช้ไปกับเฉพาะค่าที่พักและค่าอื่น ๆ ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันจัดทำนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1) การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในเวลากลางคืน หรือกิจกรรมในลักษณะ Route Trip สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่หรือการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวแวะพักและทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และเน้นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำการตลาดในยุคปกติใหม่ เช่น การจำลองเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบสามมิติ รูปแบบการนำเที่ยวเสมือนจริง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

2) ส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคปกติใหม่ที่นักท่องเที่ยวนิยมการจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้า และการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การคัดแยกขยะหรือไม่ทำลายธรรมชาติเมื่อเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านที่พักพัฒนาให้มาตรฐาน SHA โดยเฉพาะในยุคปกติใหม่ที่กลุ่มเป้าหมายเน้นไปที่การจองเพื่อใช้บริการล่วงหน้าเพื่อลดการสัมผัส หรือการจัดทำกิจกรรมที่อนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่เปลี่ยนผ้าเช็ดตัวหรือผ้าปูที่นอนทุกวัน เพื่อช่วยลดปริมาณน้ำที่เกิดจากการซักล้าง เป็นต้น

4) ด้านการเดินทาง/ระบบขนส่งสาธารณะ กลุ่มนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางรถยนต์ส่วนบุคคล ทำให้สามารถแวะพักตามเส้นทางท่องเที่ยวได้ง่าย ควรมีจุดแวะพักรถตามเส้นทางที่เพียงพอและมีจุดอำนวยความสะดวก เช่น จุดจำหน่ายอาหาร จุดหน่วยผลิตภัณฑ์ของฝาก เป็นต้น นอกจากนี้ภาครัฐร่วมกับภาคเอกชนยกระดับระบบ

ขนส่งสาธารณะเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในระบบขนส่งสาธารณะตามแนวทางการท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่ จะเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่อีกช่องทางหนึ่ง

5) ด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึก ควรมีนโยบายส่งเสริมการขายเชิงรุกให้กับผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด เพื่อเพิ่มช่องทางการเลือกซื้อสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคปกติใหม่ที่เน้นการขายออนไลน์หรือการขายสินค้าภายในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น

บรรณานุกรม (Bibliography)

- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). covid-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา. สืบค้น 21 ตุลาคม 2566 จาก https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้น 10 ตุลาคม 2566 จาก <https://www.mots.go.th/news/category/411>
- เกล็ดดาว หมอกเมือง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คณาธิป ไกยชน. (ปี 2565). นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยววิถีใหม่ วิทยากรชำนาญการ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสำนักวิชาการ. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://dl.parliament.go.th/bitstream/handle/20.500.13072/594298/rr2565-feb6.pdf?sequence=1>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570). สืบค้น 21 ตุลาคม 2566 จาก [https://integratedtourism.mots.go.th/microsite_management/Uploads/MasDocument/37/file/1\(เผยแพร่\)%20แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ%20ฉบับ_compressed.pdf](https://integratedtourism.mots.go.th/microsite_management/Uploads/MasDocument/37/file/1(เผยแพร่)%20แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ%20ฉบับ_compressed.pdf)
- จังหวัดกำแพงเพชร. (2565). แผนพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร (พ.ศ.2566-2570) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. สืบค้น 21 ตุลาคม 2566 จาก https://www.kamphaengphet.go.th/kp/ITA66/KPP_PLAN66-70.pdf
- ฉวีรัตน์ ญาณทศศิลป์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไทยของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์ COVID-19 ระบาดครั้งที่ 1 (การจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประยูร แสนสมศรี. กมลทิพย์ คำใจ. (2565) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ Factors Affecting New Normal Thai Tourism Behaviors of Chiang Mai Tourists. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 32(1) (มกราคม-มิถุนายน 2565) , 63-76.
- มีงสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. (2556). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว. สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2566 จาก https://piboonrunroj.files.wordpress.com/2013/10/tourism_economics_final.pdf
- รัฐบาลไทย. ข่าวนายกรัฐมนตรี (13 ธันวาคม 2566). สืบค้น 20 มกราคม 2566 จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/76069>
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2562). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 21 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิรวิทย์ กรรณิกา. (2559). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (ปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- วรปภา สุขหรั่ง. (2564). การตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดกำแพงเพชรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารโครงการทวีปริญญาทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ, 1-12

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด แบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2564
Gross Regional and Provincial Product Chain Volume Measures 2021 edition. สืบค้น 21 ตุลาคม 2566
จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13913&filename=gross_regional
- D Widiyastuti , H Ermawati. (2019). Travel Motivation Factors of Elderly in Yogyakarta City: Push and Pull Factors.
IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science, 256 (2019) 012037, 1-9.
- Phisunt Tinakhat. (2563). An Analysis on Push and Pull Motivations of Thai Tourists to Kamphaeng Phet
Province of Thailand. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามงกุฎราชวิทยาลัย, 3(1), 8-20.
- Warach Madhyamapurush. (2565). โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว University of Phayao. วารสารการ
บริการและการท่องเที่ยวไทย, 14 (1), 94-102