



องค์

ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ณ แหลมพรหมเทพ จังหวัดภูเก็ต: การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

พัชรินทร์ ชูชัย^{1*}

ณัฏกฤษฎี เอกวรรณัง²

รับบทความ: 19 ธันวาคม 2568 แก้ไขบทความ: 19 มกราคม 2568 ตอรับบทความ: 28 มกราคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง "องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากอำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต: การวิเคราะห์ด้วยการจำแนกกลุ่ม" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว "แหลมพรหมเทพ" ตามแนวคิด 6As และ 2) วิเคราะห์จำแนกกลุ่มองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากอำเภอเมืองแหลมพรหมเทพ บทความวิจัยเชิงสำรวจนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการมาเยือนแหลมพรหมเทพในระดับมาก ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6 As โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สิ่งดึงดูดใจ และด้านที่ได้รับความพึงพอใจต่ำสุดคือ ความสามารถในการเข้าถึง ส่วนผลการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการมาเยือนแหลมพรหมเทพในระดับมาก องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลสูงสุดในการจำแนกกลุ่มความพึงพอใจและไม่พึงพอใจคือกิจกรรม รองลงมาคือสิ่งดึงดูดใจ และ ที่พัก ตามลำดับ ดังนั้นแหลมพรหมเทพควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจ เพื่อใช้เป็นจุดแข็งในการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวและรักษามาตรฐานของชื่อเสียงในฐานะแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก และทิวทัศน์ที่สวยงาม การปรับปรุงห้องน้ำสาธารณะให้มีความสะอาดอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ความพึงพอใจ แหลมพรหมเทพ การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* อีเมล: 67130707@dpu.ac.th

² อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Tourist Destination Components Affecting Satisfaction at Phromthep Cape, Phuket: A Discriminant Analysis

Patcharin chuchai ^{1*}
Nuttakrit Eakwannang ²

Abstract

This research article, "Tourist Destination Components Affecting Thai Tourist Satisfaction at Promthep Cape, Phuket, Thailand: A Discriminant Analysis," aimed to 1) study tourists' opinions regarding tourist destination components based on the 6As concept and 2) analyze and classify the components affecting the satisfaction and dissatisfaction of Thai tourists visiting Promthep Cape. This survey research involved a sample of 400 Thai tourists aged 18 years and older.

The results showed that most tourists reported overall satisfaction with their visit, accounting for 93.80%. The overall opinion toward the 6As tourist destination components was at a high level. The component receiving the highest satisfaction was Attractions, while the component receiving the lowest satisfaction was Accessibility. The discriminant analysis results indicated that the discriminant function was statistically significant, with a high overall classification accuracy of 84.80%. The components with the highest influence in classifying satisfaction and dissatisfaction were Activities, followed by Attractions and Accommodation, respectively.

Therefore, Promthep Cape should emphasize Activities and Attractions as key strengths to build tourist loyalty and maintain its world-class reputation. Furthermore, improving ancillary services, particularly the continuous improvement of public restroom cleanliness, is recommended to further enhance tourist satisfaction.

Keywords: 6As Components, Thai Tourist Satisfaction, Promthep Cape, Discriminant Analysis

¹ Student, Master of Arts program in Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

* Email: 67130707@dpu.ac.th

² Lecturer, Master of Arts program in Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) โดยจังหวัดภูเก็ตในฐานะ “ไข่มุกแห่งอันดามัน” ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางหลักที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ ซึ่งข้อมูลล่าสุดสะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่งของภาคการท่องเที่ยวหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ได้นำมาซึ่งปัญหาความท้าทายด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่แหลมพรหมเทพ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์และจุดชมพระอาทิตย์ตกที่มีชื่อเสียงระดับโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) โดยประสบปัญหาความแออัดของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาเย็นอย่างหนัก (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต, 2561) ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการจราจรติดขัด ขยะมูลฝอยที่กระทบต่อทัศนียภาพและความสะอาด (กรมควบคุมมลพิษ, 2563) รวมถึงความกังวลด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เพียงพอ (MGR Online, 2556; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) ซึ่งล้วนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Oliver, 1980)

แม้แหลมพรหมเทพจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีข้อมูลปัญหาเชิงพื้นที่ปรากฏชัดเจน แต่ในเชิงวิชาการยังขาดการศึกษาที่ระบุถึงปัจจัยตัดสิน (Critical Factors) ที่สามารถแยกแยะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจออกจากกันได้อย่างแม่นยำ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหลมพรหมเทพ อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต: การวิเคราะห์ด้วยการจำแนกกลุ่ม” โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 6As (Buhalis, 2000) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดมาตรฐานสากลที่ได้รับความนิยมในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม เพื่อศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ความสามารถในการเข้าถึง 2. สิ่งดึงดูดใจ 3. สิ่งอำนวยความสะดวก 4. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว 5. ที่พัก และ 6. กิจกรรม เพื่อเปรียบเทียบและจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์การจัดการแหลมพรหมเทพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป (Pizam Reichel et al., 1978)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว “แหลมพรหมเทพ” ตามแนวคิด 6As
2. เพื่อวิเคราะห์จำแนกกลุ่มองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหลมพรหมเทพ อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีรากฐานมาจากแรงจูงใจและความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โดย McIntosh and Gupta (1980) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเกิดจากแรงกระตุ้น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ แรงกระตุ้นทางชีวภาพเพื่อการพักผ่อน แรงกระตุ้นทางวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ แรงกระตุ้นด้านความสัมพันธ์ และแรงกระตุ้นด้านสถานภาพทางสังคม ซึ่งนิศา ชัชกุล (2557) ได้ขยายความว่ากิจกรรมเหล่านี้ต้องประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการบริโภคอาหารนอกถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ

เมื่อพิจารณาในบริบทของ แหลมพรหมเทพ แนวคิดดังกล่าวสะท้อนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสุนทรีภาพ (Nature-based and Aesthetic Tourism) ซึ่งจัดเป็น การท่องเที่ยวเชิงนิ่ง (Passive Tourism) ที่นักท่องเที่ยวมีเป้าหมายหลักในการพักผ่อนหย่อนใจและสัมผัสบรรยากาศ มากกว่าการเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องใช้พลังกำลังสูง ความเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวนี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดตัวประกอบองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (6As) เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาตินี้ ปัจจัยด้าน "สิ่งดึงดูดใจ" และ "กิจกรรม" จะมีลักษณะเฉพาะที่เน้นคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ทางสายตาเป็นสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือการแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกซื้อและใช้บริการทางการท่องเที่ยว โดยพิศมัย จัตุรัตน์ กับชวลีย์ ณ ถลาง (2565) ได้ระบุองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ เช่น เป้าหมาย ความพร้อม และการตอบสนอง ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับการวิจัยที่มุ่งเน้นการจำแนกกลุ่มความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้มิติของ กระบวนการรับรู้-ประเมิน-ตอบสนอง (Perception-Evaluation-Response Process) ดังนี้

1. การรับรู้ (Perception) นักท่องเที่ยวสัมผัสและรับรู้ถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As (ตัวแปรพยากรณ์) เมื่อมาเยือนแหลมพรหมเทพ
2. การประเมิน (Evaluation) เป็นกระบวนการทางค่านิยมที่นักท่องเที่ยวมาประสบการณ์จริงไปเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีอยู่เดิม
3. การตอบสนอง (Response) ผลลัพธ์จากการประเมินที่ปรากฏออกมาในรูปของระดับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ (ตัวแปรเกณฑ์) กระบวนการเชิงพฤติกรรมนี้เองที่เป็นรากฐานให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม เพื่อค้นหาปัจจัยตัดสิน (Critical Factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละรายมีการตอบสนองที่แตกต่างกันได้อย่างเป็นระบบ

แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้อธิบายองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 6 ประการ ดังนี้ (1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) องค์ประกอบนี้ถือเป็นหัวใจหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (2) การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงหมายถึงความสะดวกในการเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น

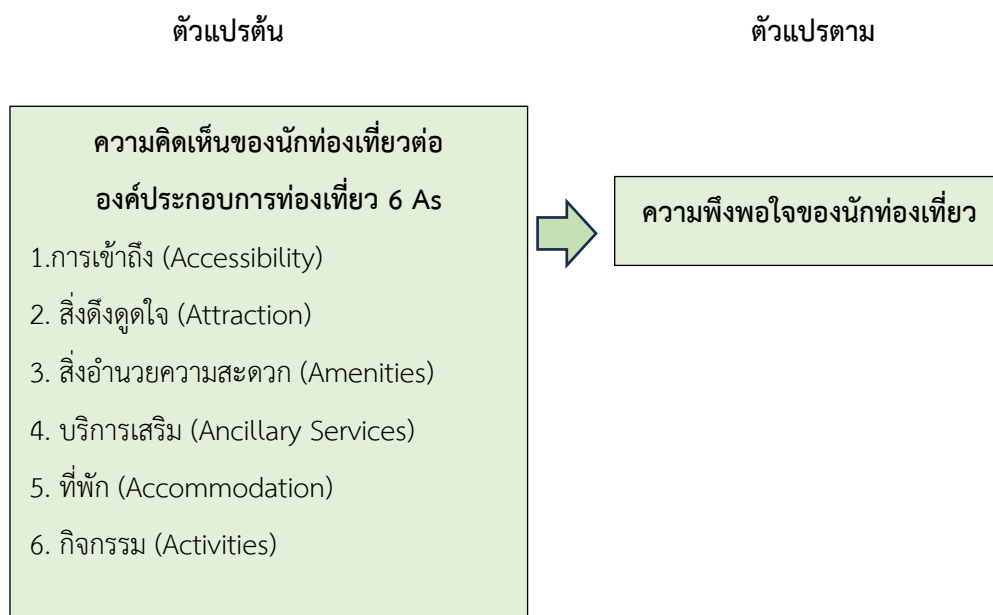
เส้นทางคมนาคม ระบบขนส่ง หรือการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงสาธารณูปโภค (4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Packages) โดยหมายถึงการจัดทำแพ็คเกจหรือโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว (5) กิจกรรม (Activities) กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว (6) บริการเสริม (Ancillary Services) บริการเสริมคือบริการที่อยู่นอกเหนือจากบริการท่องเที่ยวพื้นฐาน แต่มีความจำเป็นและช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น บริการทางการเงิน การประกันภัย โรงพยาบาล หรือร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งบริการเหล่านี้จะช่วยสร้างความมั่นใจและทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นและปลอดภัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกที่เป็นบวกของบุคคล หลังจากได้รับการตอบสนองความต้องการ โดย Kotler (2003) (อ้างถึงใน พลธนธรณ์ ประดิษฐเวช, 2563) อธิบายผ่าน ทฤษฎีการยืนยันความคาดหวัง (Expectancy Disconfirmation Model) ว่าความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ "ประสบการณ์จริง" สูงกว่าหรือเท่ากับ "ความคาดหวัง" กลไกการเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ระดับ ได้แก่ (1) ความไม่พอใจ (Dissatisfaction) เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ได้รับต่ำกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้ (2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดขึ้นเมื่อบริการตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด ทั้งในแง่คุณภาพและเวลา (3) ความประทับใจ (Delight) เกิดขึ้นเมื่อประสบการณ์ที่ได้รับยอดเยี่ยมเกินความคาดหวัง นิยามและกลไกเหล่านี้ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับผลลัพธ์ของการเดินทาง เพื่อแยกแยะกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ให้ชัดเจนว่า ปัจจัย 6As ตัวใดที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยน "ความไม่พอใจ" ให้กลายเป็น "ความพึงพอใจ" ได้อย่างมีนัยสำคัญ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหลักแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหลมพรหมเทพ อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต : การวิเคราะห์ด้วยการจำแนกกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อวิเคราะห์จำแนกกลุ่มองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว “แหลมพรหมเทพ” ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้หลักองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 As ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยข้างต้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งหมดนี้ถูกรวบรวมเป็นแนวทางเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยที่เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 18 ปีขึ้นไป และดำเนินการเก็บข้อมูลเฉพาะในพื้นที่แหลมพรหมเทพเท่านั้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัยคือ ผู้มาเยือนแหลมพรหมเทพทั้งชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างที่ 385 คน และทำการเก็บข้อมูลจริงที่จำนวน 400 คน วิธีการเลือกตัวอย่างคือ การสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือหลักที่ใช้คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปและความพึงพอใจโดยรวม ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 ด้าน (6 As) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ และข้อเสนอแนะ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประกอบด้วยความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งได้ค่า IOC ระหว่าง 0.50 ถึง 1.00 และความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha จากการทดลองใช้ 30 ตัวอย่าง ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นรวมที่ 0.95

การรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารงานวิจัย และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่แหลมพรหมเทพ

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลถูกวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปและความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ 6 As และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) เพื่อวิเคราะห์และจำแนกองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 As ที่มีผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว "แหลมพรหมเทพ"

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจโดยรวม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.3 (285 คน) อยู่ในช่วงอายุ 23-30 ปี (ร้อยละ 37.3) และมีสถานภาพสมรสมากที่สุด (ร้อยละ 49.5) ด้านการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี (ร้อยละ 70.3) และประกอบอาชีพเป็นรัฐวิสาหกิจมากที่สุด (ร้อยละ 20.8) รองลงมาคือพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 20.0) โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 47.8) และมีภูมิลำเนาจากภาคใต้มากที่สุด (ร้อยละ 45.0) สำหรับความพึงพอใจโดยรวมต่อการมาเยือนแหลมพรหมเทพในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 93.8 (375 คน) ในขณะที่มีผู้ไม่พึงพอใจร้อยละ 6.2 (25 คน)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 As

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหลมพรหมเทพ จังหวัดภูเก็ต

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 As ทั้ง 6 ด้าน	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านความสามารถในการเข้าถึง	4.31	.53	มาก	6
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.36	.40	มาก	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.35	.39	มาก	2
ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	4.33	.396	มาก	4
ด้านที่พัก	4.33	.372	มาก	5
ด้านกิจกรรม	4.34	.39	มาก	3
รวม	4.34	.35	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแหลมพรหมเทพ 6As โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.34, S.D.=0.35) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับตามความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}$ =4.36, S.D.=0.40) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ =4.35, S.D.=0.39) และด้านกิจกรรม ($\bar{X}$ =4.34, S.D.=0.39) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X}$ =4.31, S.D.=0.53) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่สูงในทุกด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์และจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ "พึงพอใจ" และ "ไม่พึงพอใจ" ต่อการมาเยือนแหลมพรหมเทพ โดยใช้ความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวต้ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 ด้าน (6 As) เป็นตัวแปรทำนาย ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้ ตาราง Tests of Equality of Group Means

ตารางที่ 2 การตรวจสอบเบื้องต้นในการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	1.00	8.30	1	398	.00*
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	.99	3.60	1	398	.00*
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	.99	18.78	1	398	.00*
การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	.99	10.82	1	398	.00*
ที่พัก (Accommodation)	.99	10.82	1	398	.00*
กิจกรรม (Activities)	.96	13.81	1	398	.00*

**มีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 2 พบว่า ทุกองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านมีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 ทั้งหมด หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในทุกองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6 ด้านของนักท่องเที่ยวกลุ่ม "พึงพอใจ" และ "ไม่พึงพอใจ" มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความสำคัญในการจำแนกกลุ่มเบื้องต้น เนื่องจากทุกตัวแปรแสดงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จึงถือว่า ทุกองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำมาเป็นปัจจัยในการจำแนกกลุ่มความพึงพอใจและไม่พึงพอใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม (Canonical Discriminant Functions)

Function	Eigenvalue	% of Variance	Canonical Correlation	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	0.15	100.0	0.36	0.86	55.82	6	.000

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของฟังก์ชันจำแนกกลุ่มพบว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .01 (Sig. = .00) หมายความว่าฟังก์ชันจำแนกกลุ่มนี้สามารถนำมาใช้ในการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจออกจากกันได้อย่างมีนัยสำคัญ ค่า Eigenvalue เท่ากับ .15 แสดงถึงสัดส่วนของความแปรปรวนที่ถูกอธิบายโดยฟังก์ชันจำแนกกลุ่มค่า Canonical Correlation เท่ากับ .36 แสดงถึงความสัมพันธ์ระดับอ่อนถึงปานกลางระหว่างตัวแปรทำนาย (องค์ประกอบ 6 As) กับฟังก์ชันจำแนกกลุ่มที่สร้างขึ้น ค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .86 และมีค่า X^2 (Chi-square) ที่ 55.82 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 6 ยืนยันว่าฟังก์ชันจำแนกกลุ่มนี้มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ในโครงสร้าง (Structure Matrix)

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ในโครงสร้าง (Structure Matrix) ของฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ตัวแปรทำนาย)	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Structure Matrix)	ลำดับความสำคัญ
ด้านกิจกรรม (Activities)	.47	อันดับ 1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	.24	อันดับ 2
ด้านที่พัก (Accommodation)	.05	อันดับ 3
ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	-.03	อันดับ 4
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	-.06	อันดับ 5
ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	-.10	อันดับ 6

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ในโครงสร้าง (Structure Matrix) ของฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรทำนายแต่ละด้านกับฟังก์ชันจำแนกกลุ่มโดยเรียงตามลำดับอิทธิพลสูงสุดไปต่ำสุด ได้แก่ ด้านกิจกรรม (.47) มีอิทธิพลในการจำแนกสูงสุด รองลงมาคือด้านสิ่งดึงดูดใจ (.24) และด้านที่พัก (0.058) เป็นอันดับสาม ซึ่งกลุ่มปัจจัยเหล่านี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก บ่งชี้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (-.10) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (-.06) และด้านความสามารถในการเข้าถึง (-.03) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผลการวิเคราะห์นี้จึงตอบสนองวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ได้อย่างครบถ้วน โดยสามารถแยกแยะกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก และกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พึงพอใจ 3 ลำดับหลังได้อย่างชัดเจน

ตารางสรุปผลการจำแนกกลุ่ม (Classification Results)

ตารางที่ 5 สรุปผลการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่แท้จริง (Observed)	จำนวน	พึงพอใจ (ทำนาย)	ไม่พึงพอใจ (ทำนาย)	ความแม่นยำในการจำแนกกลุ่ม (%)
พึงพอใจ	375	326	49	86.9
ไม่พึงพอใจ	25	12	13	52.0
รวม	400			84.8

ตารางที่ 5 แสดงความสามารถในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างของฟังก์ชันที่สร้างขึ้นความแม่นยำโดยรวมในการจำแนกกลุ่มถูกต้องเท่ากับร้อยละ 84.8 ซึ่งหมายความว่า โมเดลสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวทั้ง 400 คน ได้อย่างถูกต้อง ร้อยละ 84.8 เมื่อพิจารณารายกลุ่มพบว่า ความแม่นยำในการจำแนกกลุ่ม "พึงพอใจ" ได้อย่างถูกต้องเท่ากับร้อยละ 86.9 (จำแนกถูก 326 คน จาก 375 คน) และความแม่นยำในการจำแนกกลุ่ม "ไม่พึงพอใจ" ได้อย่างถูกต้องเท่ากับ ร้อยละ 52.0 (จำแนกถูก 13 คน จาก 25 คน) ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า โมเดล

การจำแนกกลุ่มมีความแม่นยำในระดับที่สูงในการทำนายความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวโดยรวมและในกลุ่มที่พึงพอใจอย่างชัดเจน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมความพึงพอใจในระดับที่สูงมากของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาเยือนแหลมพรหมเทพ ซึ่งยืนยันว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตามแนวคิด 6As มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอภิปรายผลตามประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (6 As)

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6 As โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver (2003) ที่ระบุว่าความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์จริงที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่าแหลมพรหมเทพสามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้เป็นอย่างดีในทุกมิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (4.36) ซึ่งยืนยันถึงความสำเร็จของแหลมพรหมเทพในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น โดยมีชื่อเสียงและทิวทัศน์โดยรวมเป็นแกนหลัก ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Collier and Harraway (1997) ที่ว่าสิ่งดึงดูดใจเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะทิวทัศน์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.39) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรเพ็ญ อันประวดี และ วีระ วีระโสภณ (2566) ที่ระบุว่าความสวยงามของสถานที่คือแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวไทยในการมาเยือนจังหวัดภูเก็ต สำหรับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ ด้านกิจกรรม (Activities) มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ โดยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น การจัดการที่จอดรถในช่วงเวลาหนาแน่นได้รับความพึงพอใจสูง สะท้อนถึงการบริหารจัดการที่ช่วยบรรเทาความแออัดอันเป็นปัญหาที่เคยปรากฏในอดีต สอดรับกับแนวคิดของ ชลิตา เกลิมรักชาติ (2561) ที่เน้นย้ำว่าสถานบริการที่เป็นพื้นฐานจะช่วยลดอุปสรรคระหว่างการเดินทาง ขณะที่ในด้านกิจกรรมพบว่ากิจกรรมที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ "การนั่งพักผ่อนเพื่อชมซับบรียากาศ" สืบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แสวงหาคุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Mathieson and Wall (1982) เรื่องการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) และรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ Passive Tourism ที่เน้นการผ่อนคลายมากกว่ากิจกรรมเชิงรุก

ในมิติของ ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) และ ด้านที่พัก (Accommodation) แม้จะอยู่ในลำดับรองลงมาแต่ยังคงอยู่ในระดับที่สูง โดยเฉพาะความสมเหตุสมผลของราคาสินค้าและความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบเชิงบุคคลที่ช่วยเสริมคุณภาพบริการตามแนวคิดของ Buhalis (2000) ส่วนด้านที่พักนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยง (Linkage) หรือความสะดวกในการเดินทางจากที่พักมายังจุดชมวิวเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) แม้จะมีค่าเฉลี่ยในระดับ

มาก แต่กลับอยู่ในลำดับสุดท้ายเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนว่าแม้เส้นทางคมนาคมหลักจะดีตามมาตรฐาน 3 As ของ Collier and Harraway (1997) แต่ปัจจัยเสริม เช่น ป้ายบอกทางหรือระบบขนส่งสาธารณะ อาจยังเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ายังสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าปัจจุบันได้

2. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) พิสูจน์ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแบบจำลองที่มีความแม่นยำสูงถึงร้อยละ 84.8 โดยสามารถจำแนกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน ดังนี้

กลุ่มปัจจัยที่ขับเคลื่อนความพึงพอใจ (Positive Coefficients)

อันดับที่ 1 ด้านกิจกรรม (Activities) มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด (0.47) บ่งบอกว่าการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำผ่านกิจกรรมเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการตัดสินใจความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Torabi et al. (2022) ที่พบว่า Memorable Experience มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำ

อันดับที่ 2 และ 3 คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (0.24) และด้านที่พัก (0.05) ตอกย้ำว่าชื่อเสียงของสถานที่และความสะดวกสบายในการเชื่อมต่อกับที่พักเป็นปัจจัยบวกที่ส่งเสริมภาพลักษณ์โดยรวมของแหลมพรหมเทพ

กลุ่มปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขพื้นฐาน (Negative Coefficients)

ปัจจัยในกลุ่มนี้มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งตามทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (1959) ถือเป็น ปัจจัยต่ำจุณ (Hygiene Factors) กล่าวคือ หากปัจจัยเหล่านี้บกพร่องจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจทันที ได้แก่ ด้านการให้บริการ (-.10) เป็นจุดวิกฤตที่สุดในการจำแนกกลุ่มไม่พึงพอใจ หากเจ้าหน้าที่บริการไม่ดีหรือราคาไม่เป็นธรรม จะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกรุนแรงกว่าปัจจัยอื่น (-.06) และด้านความสามารถในการเข้าถึง (-.03) เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ หรือความยากลำบากในการเดินทาง หากไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง (Prerequisite) จะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่บั่นทอนประสบการณ์การท่องเที่ยวทันที

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงพลวัตของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหลมพรหมเทพ จังหวัดภูเก็ต ผ่านมุมมองเชิงสถิติขั้นสูงอย่างการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม ซึ่งเผยให้เห็น องค์ความรู้ใหม่ ว่า แม้แหลมพรหมเทพจะมีชื่อเสียงในฐานะสิ่งดึงดูดใจระดับโลก แต่ปัจจัยที่ทำหน้าที่เป็น "ตัวตัดสิน" (Decisive Factors) ระหว่างความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจนั้น กลับไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามของสถานที่เพียงอย่างเดียว

1. การสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่จากผลการวิจัย จากการวิเคราะห์พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities) คือองค์ประกอบที่ทรงอิทธิพลที่สุดในการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงถึง 0.47 สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้แสวงหาเพียงการมาเยือนสถานที่ที่สวยงาม (Passive

Tourism) เท่านั้น แต่ความพึงพอใจระดับวิกฤตเกิดจากการได้ "ใช้เวลา" และ "มีส่วนร่วม" กับบรรยากาศ เช่น การนั่งพักผ่อนเพื่อซึมซับสุนทรียภาพ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Memorable Experience) องค์ความรู้นี้ช่วยคลายความเชื่อเดิมที่ว่าสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือปัจจัยเดียวที่สำคัญที่สุด โดยผลวิจัยยืนยันว่า กิจกรรมเชิงสุนทรียภาพ คือพื้นที่สำคัญที่เปลี่ยนกลุ่มผู้เข้าชมทั่วไปให้กลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสูง

ในทางกลับกัน งานวิจัยนี้ยังระบุถึง "ปัจจัยเชิงลบที่ซ่อนอยู่" ผ่านสัมประสิทธิ์ที่เป็นลบในด้านการให้บริการ บริการเสริม และความสามารถในการเข้าถึง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะของ "ปัจจัยค้ำจุน" (Hygiene Factors) ตามทฤษฎีแรงจูงใจ หมายความว่าปัจจัยเหล่านี้ เช่น ความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ และความสะดวกในการจราจร หากถูกละเลยหรือไม่ถึงมาตรฐานที่คาดหวัง จะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ลดระดับความพึงพอใจโดยรวมอย่างรุนแรง แม้ว่าทิวทัศน์ของแหลมพรหมเทพจะยอดเยี่ยมเพียงใดก็ตาม

2. ยุทธศาสตร์และการนำไปใช้ประโยชน์ ความสำเร็จของแหลมพรหมเทพในการรักษานักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 93.8 พึงพอใจ) จึงขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ต้องทำควบคู่กันสองขนาน คือ การรักษามาตรฐานความงามเชิงกายภาพ ควบคู่ไปกับการยกระดับกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญคือ การปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงรับ ไปสู่การจัดการเชิงรุกที่เน้นการสร้าง "พื้นที่สื่อความหมาย" (Interpretation Space) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับประวัติศาสตร์หรือธรรมชาติในมิติที่ลึกซึ้งขึ้น พร้อมทั้งการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการยกระดับสุขอนามัยและการจัดการจราจรในช่วงเวลาหนาแน่น ซึ่งจะเป็นการปิดช่องโหว่ของความไม่พึงพอใจได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มที่มีความแม่นยำโดยรวมร้อยละ 84.8 ซึ่งสามารถทำนายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจได้ถูกต้องร้อยละ 86.9 และกลุ่มไม่พึงพอใจร้อยละ 52.0 พบว่าปัจจัยด้านกิจกรรมและบริการเสริมเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจของผู้มาเยือน ผู้วิจัยจึงมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Activities) เนื่องจากกิจกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการจำแนกความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในโครงสร้าง (Structure Coefficient) เท่ากับ 0.48 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่มากกว่าการชมทัศนียภาพเพียงอย่างเดียว เช่น การจัดพื้นที่สื่อความหมายธรรมชาติ (Nature Interpretation) หรือจุดพักผ่อนที่เอื้อต่อการซึมซับบรรยากาศอย่างสงบ เพื่อปรับเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวเชิงรับ (Passive) ไปสู่เชิงรุก (Active) และสร้างความประทับใจที่โดดเด่นให้แก่ผู้มาเยือน

2. ด้านการปรับปรุงกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน (Physical and Accessibility) ควรเร่งปรับปรุงจุดอ่อนด้านความสามารถในการเข้าถึงซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 4.31 โดยเฉพาะการบริหารจัดการจราจรในช่วงเวลาหนาแน่นเพื่อลดความแออัด รวมถึงการยกระดับสุขอนามัยของห้องน้ำสาธารณะอย่าง

ต่อเนื่อง ซึ่งจัดเป็นบริการเสริม (Ancillary Services) ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ หากขาดการดูแลที่ดีย่อมส่งผลกระทบต่อความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

3. ด้านการรักษามาตรฐานการให้บริการ (Service Standards) ควรคงจุดแข็งในด้านมาตรฐานการให้บริการที่มีความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ และการตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่สมเหตุสมผลซึ่งได้รับความพึงพอใจในระดับสูง เพื่อรักษามาตรฐานชื่อเสียงในฐานะแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกและสร้างความประทับใจในระยะยาวให้แก่ผู้มาเยือน โดยมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพการให้บริการที่สม่ำเสมอตามหลักการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านความพึงพอใจและความคาดหวัง รวมถึงการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภูเก็ตหรือพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา (ทัศนคติ แรงจูงใจ) หรือการศึกษาคุณค่าที่นักท่องเที่ยวรับรู้ (Perceived Value) ซึ่งเป็นตัวเชื่อมสำคัญระหว่างการเรียนรู้ประสบการณ์กับความพึงพอใจ

3. การวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่มในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ "ไม่พึงพอใจ" โดยเฉพาะ เพื่อทำความเข้าใจถึงเหตุผลเบื้องหลังและความต้องการที่แท้จริงที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2563). รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย. กรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559. กระทรวง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2564. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). คู่มือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับแหล่งท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ชลิตา เณลิรักชาติ. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3063>

- นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ช.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล). CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3662>
- พรเพ็ญ อันประวดี และวีระ วีระโสภณ. (2566). การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5 บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(1), 548-555.
<http://www.journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/4244>
- พิศมัย จัตุรัตน์, และชวลีย์ ฌณกลาง. (2565). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 16(2), 50-64.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต. (2561). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต*. สำนักงาน.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Collier, A., & Harraway, J. (1997). *Principles of tourism*. Longman Paul.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Longman.
- McIntosh, R. W., & Gupta, S. (1980). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. Grid.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Tourist satisfaction: The Case of Israel. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314–325.
- Torabi, Z.-A., Shalbafian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability*, 14(5), Article 2721. <https://doi.org/10.3390/su14052721>