

**การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมา
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม**

**Behavior and Factors Affecting Revisiting of the
Tourists at Natural Site, Don Hoi Lot,
Samut Songkhram Province**

รัมภาภัค ฤกษ์วีระวัฒนา

Rumpapak Luekveerawattana

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Program in Tourism Industry and Hospitality Management
Faculty of Humanities and Social Science
Suan Sunandha Rajabhat University

Date Received 06.09.2018

Date Revised 17.09.2018

Date Accepted 21.09.2018

Date Accepted online 21.09.2018

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดอนหอยหลอด เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ดอนหอยหลอด สมุทรสงคราม โดยการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้เท่ากับ .967 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 43 ด้านระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 70 เป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 35 มีรายได้ 8,001-15,000 บาทร้อยละ 43 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจรวมส่วนประสมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร โดยเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ดอนหอยหลอด 2-4 ครั้ง มีการใช้จ่ายใช้สอยระหว่างท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาท โดยมากนักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงวันหยุดเทศกาล และร่วมเดินทางมากับเพื่อนและครอบครัวนักท่องเที่ยวส่วนมากมาทำกิจกรรมการถวายความเคารพศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซื้ออาหารทะเลสด ซื้อหอยหลอดแห้ง ปลาทุ้ฉี่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คะแนนความพึงพอใจส่วนประสมตลาด การเดินชมป่าชายเลน การซื้อของที่ระลึก การซื้อขนมจากภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ปัจจัยนักท่องเที่ยว, การกลับมาเที่ยวซ้ำ, แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, ดอนหอยหลอด, สมุทรสงคราม

Abstract

This research studied about behavior and factors affecting revisiting of the tourists at natural destination, Don Hoi Lot, Samut Songkhram Province. The research had objectives to study about satisfaction to the marketing mix of tourists visiting natural destination, Don Hoi Lot and to study about factors affecting revisiting of the tourists to Don Hoi Lot, Samut Songkhram Province. The researcher gave questionnaires and collected data from the sample of tourists 400, using accidental sampling, searching reliability of questionnaires by using Cronbach's alpha coefficient which equal to .967. Percentage and mean were used to analyze the data and logistic regression was applied to test hypotheses

The result of the research found that most tourists were female (56%). The tourists were 20-30 years old (43%). Regarding education level, majority of the tourists had lower than Bachelor's Degree (70%). They were school students and university students (35%) and had income of 8,001 – 15,000 Baht (43%). The satisfaction of tourists in products, price, selling places, marketing promotion and overall satisfaction in marketing mix was in moderate level. Most tourists have resident in Bangkok Metropolis and travelled to the natural site, Don Hoi Lot, for 2 – 4 times. Most tourists spent amount of

money in travelling in the amount of 500 – 1,000 Baht. Most of them come to the place during festival holidays and come with friends and family. They performed activities of having respect to Prince of Chumphon Shrine, buying fresh seafood, buying dry snail shells, steamed mackerel. The result of hypothesis testing found that the factors reflected to revising of the tourist samples were score of satisfaction in the marketing mix, mangrove forest sightseeing, souvenir buying, Kanom Jak buying, and domicile of the tourists

Keyword: Behavior, Factor, Tourist, Revisiting, Natural Site, Don Hoi Lot, Samutsongkhram

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและชุมชน นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้ เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559) และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่ที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางไปเยี่ยมชมโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นจุดจำหน่ายอาหารทะเลทั้งอาหารสดและอาหารแห้ง ดอนหอยหลอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสมุทรสงครามที่มีนักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชมตลอดเวลาโดยเฉพาะช่วงวันหยุด

เทศกาลต่าง ๆ จำนวนนักท่องเที่ยวจะมีมากกว่าวันธรรมดา สาเหตุที่ดอนหอยหลอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามเนื่องจากดอนหอยหลอดมีหอยหลอดชุกชุมมาก และมีทัศนียภาพที่สวยงามมีเอกลักษณ์ ยามปกติเวลาน้ำขึ้นน้ำทะเลจะท่วม ดอนจะจมหายไปใต้น้ำไม่มีร่องรอยของดอนหอยหลอดอยู่เลยแต่พอน้ำลงจะปรากฏพื้นที่ดอนหอยหลอดค่อย ๆ โผล่ขึ้นทีละน้อย นอกจากนี้ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์บริเวณริมชายทะเลติดกับดอนหอยที่หมู่ 4 บ้านคู่มือ ตำบลบางจะเกร็ง ก็เป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่สร้างไว้เพื่อสักการะบูชาของประชาชน ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เป็นสถานที่แสดงความศรัทธาและเคารพของประชาชนในจังหวัด เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจโดยเฉพาะผู้ประกอบการอาชีพประมงตามแนวชายฝั่งทะเล เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพประมงได้ประจักษ์และปลอดภัยเมื่อยามออกทะเล บริเวณดอนหอยหลอดจะมีร้านอาหารจำหน่ายอาหารทะเลและร้านค้าริมทางเดินที่จำหน่ายอาหารทะเลทั้งสดและแห้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นดอนหอยหลอดจึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ชอบซื้ออาหารทะเลสดและแห้งไปบริโภคที่บ้านหรือซื้อเป็นของฝากหรือนั่งรับประทานที่ร้านอาหารเพื่อชมบรรยากาศของดอนหอยหลอดพร้อมทั้งยังได้แสดงความเคารพและศรัทธาศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์กล่าวกันว่าเป็นสถานที่แห่งนี้เป็นแหล่งที่มีหอยหลอดชุกชุมมากที่สุดแห่งเดียวในประเทศไทยแต่เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากจึงมีการจับหอยหลอดมาเพื่อนักท่องเที่ยวบริโภคจนทำให้หอยหลอดเจริญเติบโตไม่ทันความต้องการของนักท่องเที่ยวจะสังเกตได้จากขนาดตัวของหอยหลอดที่เล็กลงประกอบกับการจับหอยหลอดที่ผิดวิธี คือ ropyunxaw หรือ ราดโชดาไฟ จึงทำให้หอยตัวเล็กตัวน้อยต้องออกมาบนพื้นดินเนื่องจากต้องการจับหอยหลอดจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์ นายตรีทศ วิสัยเลิศ สารวัตรกำนัน ตำบลบางจะเกร็ง กล่าวว่า ร้านอาหารบางร้านต้องนำหอยหลอดจากทางภาคใต้ เพื่อมาปรุงอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทดแทนหอยหลอดที่โตไม่ทันจะสังเกตจากขนาดของหอยหลอดที่ใหญ่กว่าจะมาจกทางภาคใต้และปัญหาของคุณภาพและรสชาติของอาหารทะเลของร้านค้าที่นำมา

จำหน่ายที่ยังไม่ได้มาตรฐานนั้นนอกจากนี้ พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยหัวข้อ การบูรณาการพุทธธรรมในการฟื้นฟูดอนหอยหลอดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข พบว่า ดอนหอยหลอดไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามเหมือนในอดีตแหล่งท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมน้อยลง จึงเป็นที่มาของการทำวิจัยเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวดอนหอยหลอดและค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำแหล่งท่องเที่ยวดอนหอยหลอด สมุทรสงครามเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ดอนหอยหลอด สมุทรสงคราม

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดอนหอยหลอด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ดอนหอยหลอด สมุทรสงคราม

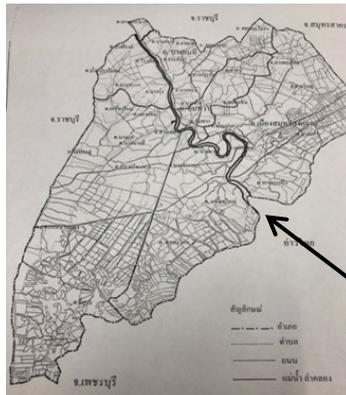
3. นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาด ในงานวิจัยนี้ใช้ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติดอนหอยหลอดเป็นแหล่งที่ยังคงความธรรมชาติและมีการตัดแปลงยังไม่มากนักยกเว้นบริเวณด้านหน้าศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ที่มีการพัฒนาเป็นลานจอดรถ และตั้งร้านค้าร้านอาหารลักษณะเด่นของส่วนประสมทางการตลาดยังคงเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

การกลับมาเที่ยวซ้ำ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
ดอนหอยหลอดจังหวัดสมุทรสงครามอีกครั้ง

ประวัติดอนหอยหลอด

ดอนหอยหลอด เป็นสันดอนตั้งอยู่ปากแม่น้ำแม่กลอง มีอาณาบริเวณครอบคลุมประมาณ 3 กิโลเมตร ยาว 5 กิโลเมตร ในตำบลบางจะเกร็ง ตำบลแหลมใหญ่ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม เป็นสถานที่ที่พบหอยหลอดจำนวนมาก ดอนหอยหลอด เป็นสันดอนปากน้ำแม่กลอง ที่เกิดจากการตกตะกอนของดินปนทราย (ชาวบ้าน เรียกทรายขี้เป็ด) บริเวณดอนหอยหลอดยังเป็นທີ່ประดิษฐานศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ณ บริเวณสนามหญ้าหน้าศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์เป็นสถานที่นั่งพักผ่อนรับลมทะเลบริเวณดอนหอยหลอดจะมีร้านอาหารทะเลและแผงร้านค้าเอาของมาวางขายมากมาย เรียงรายทั้งสองด้านของถนน จะเรียกว่าเป็นแหล่งรวมร้านอาหารทะเลของสมุทรสงครามก็ได้ สินค้าที่เห็นก็จะมีของดีแม่กลอง ปลาช่อนึ่งผลไม้ งานฝีมือ ของฝาก ของทะเลแปรรูปนอกจากนี้ยังมีร้านขายสินค้าของที่ระลึก กะปิคลองโค่น น้ำตาลสด ขนมจาก (สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม : 2547)



ภาพที่ 1 ดอนหอยหลอด จ.สมุทรสงคราม

ที่มา : สุรจิต ชีรเวทย์, 2548 : 14

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพร ปานยินดี, จิรฐติ หลอมประโคน และ วราภรณ์ ลี้มเปรมวัฒนา (2554) ได้ศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม กรณีศึกษาดอนหอยหลอดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวดอนหอยหลอดเป็นเพศชาย โสด อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง รายได้ 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง เคยมาดอนหอยหลอดมากกว่า 1 ครั้ง มาด้วยรถยนต์ส่วนตัว มาเพื่อพักผ่อน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำมา เลือกมาที่นี่เพราะไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มาเที่ยวแบบไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1000 บาท จะแนะนำให้คนอื่นมา และจะกลับมาเที่ยวเองอีกด้วย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ พิศณี โกพลรัตน์ (2009) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ชุ่มน้ำ กรณีศึกษา ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาสถานการณ์และปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของพื้นที่ชุ่มน้ำและการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การปกครอง และการจัดการ ล้วนมีความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเฉพาะกรณีการจัดการการท่องเที่ยวที่ดอนหอยหลอดนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจวางแผนและการบริหารจัดการ มีความสำคัญมากที่สุด ในขณะที่ชมภูงูช หนุณาณ (2558) ศึกษาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ศึกษาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม

และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสมุทรสงครามที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัด โดยประยุกต์ใช้แนวคิด SWOT ANALYSIS พบว่า จังหวัดสมุทรสงครามมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยง 4 มิติ อันได้แก่ มิติด้านวิถีชีวิตชุมชน มิติด้านวัฒนธรรมและศาสนา มิติด้านประวัติศาสตร์ และมิติด้านทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม จะเน้นที่เมืองแห่งการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเต็มไปด้วยคุณค่าทางทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวิถีชุมชนแห่งสายน้ำ โดย เน้นการพัฒนาและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน (2560) ได้ทำการวิจัยการบูรณาการพุทธธรรมในการฟื้นฟูดอนหอยหลอดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข เพื่ออธิบายประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่ดอนหอยหลอด เพื่อวิเคราะห์สังเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนในการฟื้นฟูดอนหอยหลอดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาหลักธรรมที่มีความสอดคล้องกับการฟื้นฟูดอนหอยหลอด พบว่า ดอนหอยหลอดไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามเหมือนในอดีต เพราะจำนวนของสัตว์ทะเลโดยเฉพาะหอยหลอดเหลือน้อยมากจนใกล้จะสูญพันธุ์ ดังนั้นถ้าจะทำให้ดอนหอยหลอดกลับมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกครั้งก็ต้องฟื้นฟูระบบนิเวศ ซึ่งการฟื้นฟูจะสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนช่วยกันฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ให้กับดอนหอยหลอด การมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวกันมาก คนในท้องถิ่นก็จะมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งส่งผลดีย้อนกลับมาให้ชุมชนด้วย ส่วนหลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่สามารถนำมาบูรณาการกับพิธีสืบชะตาดอนหอยหลอด เพื่อเป็นหลักยึดเหนี่ยวให้กับชุมชนได้คือ หลักธรรมหัวข้ออรรหาธรรม สุนฺติตรา ปวงกัจจา (2559) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ

และความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของการเปิดรับสื่อ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับสื่อบุคคลมาจากญาติและคนในครอบครัว

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงครามเป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมดอนหอยหลอด ตำบลบางจะเกร็ง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวด้านประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวดอนหอยหลอด และเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว 3 ท่านเพื่อนำมาหาค่า IOC และนำปรับปรุงข้อคำถามจนได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 และทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 30 คน เพื่อทดสอบความเป็นปรนัย (ทุกคนเข้าใจข้อคำถามที่ใช้ถามได้ตรงกัน) และนำมาหาค่าการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ได้เท่ากับ .967

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตรรกะตามหลักเหตุและผลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ที่มาเที่ยวดอนหอยหลอด สมุทรสงครามพร้อมทั้งศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ

งานวิจัยพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้สำรวจโดยใช้แบบสำรวจที่มีหัวข้อในการประเมิน 3 หัวข้อ จำนวนข้อที่ประเมิน 39 ข้อ และมีคำถามปลายเปิดในส่วนท้ายของแบบสอบถาม โดยสำรวจจากนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาเยี่ยมชมดอนหอยหลอด สมุทรสงคราม จำนวน 400 คน เกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็น ดังนี้

ระดับ ความความคิดเห็น	มากที่สุด	5 คะแนน
ระดับ ความความคิดเห็น	มาก	4 คะแนน
ระดับ ความความคิดเห็น	ปานกลาง	3 คะแนน
ระดับ ความความคิดเห็น	น้อย	2 คะแนน
ระดับ ความความคิดเห็น	น้อยที่สุด	1 คะแนน

การสรุปผลการประเมิน เมื่อได้ค่าเฉลี่ยของคะแนนแต่ละข้อแล้ว นำมาเทียบกับเกณฑ์การประเมินผล ซึ่งมีการแปลผลตามระดับค่าเฉลี่ยจากอันตรภาคชั้นดังนี้

คะแนนเฉลี่ยสูงกว่า 4.50	นักท่องเที่ยวมีความความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	นักท่องเที่ยวมีความความคิดเห็นในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	นักท่องเที่ยวมีความความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 นักท่องเที่ยวมีความความคิดเห็น
ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50 นักท่องเที่ยวมีความความคิดเห็น
ในระดับน้อยที่สุด

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว
ดอนหอยหลอด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. การหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ปัจจัย
ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และระดับความคิดเห็นโดยแบ่งเป็นด้านคุณค่าของ
ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการ
ท่องเที่ยว การตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ
ประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวัดที่เยี่ยมชมใน
กรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression) เพื่อศึกษาว่าตัว
แปรอิสระส่งผลกับตัวแปรตามหรือไม่ตามสมมติฐาน โดยกำหนดให้มีระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อ
การมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวดอนหอยหลอด

6. ผลการวิจัย

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยว

ปัจจัย	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
เพศ		
ชาย	176	44
หญิง	224	56
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	90	23
20-30 ปี	172	43
มากกว่า 30 ปี	138	34
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	277	70
ปริญญาตรีขึ้นไป	123	30
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	138	35
ข้าราชการ	73	18
พนักงานบริษัท รับจ้าง	113	28
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	14
เจ้าของกิจการ อื่น ๆ	22	5
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 8,000 บาท	69	17
8,001-15,000 บาท	172	43
15,001-25,000 บาท	101	25
มากกว่า 25,000 บาท	58	15

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 224 คน ร้อยละ 56 เป็นเพศชาย 176 คน ร้อยละ 44 ด้านอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี

172 คน ร้อยละ 43 ลำดับต่อมาอายุ มากกว่า 30 ปี จำนวน 138 คน ร้อยละ 34 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 20 คน ร้อยละ 23 ด้านระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 277 คน ร้อยละ 70 และปริญญาตรีขึ้นไป 123 คน ร้อยละ 30 ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 138 คน ร้อยละ 35 เป็นพนักงานบริษัท รับจ้าง 113 คน ร้อยละ 28 เป็นข้าราชการ 73 คน ร้อยละ 18 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ 54 คน ร้อยละ 14 เป็นเจ้าของกิจการ อื่น ๆ จำนวน 22 คน ร้อยละ 5 ด้านรายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รายได้ 8,001-15,000 บาท จำนวน 172 คน ร้อยละ 43 รายได้ ระหว่าง 15,001-25,000 บาทจำนวน 101 คน ร้อยละ 25 รายได้น้อยกว่า 8,000 บาทจำนวน 69 คน ร้อยละ 17 และรายได้ มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 58 คน ร้อยละ 15

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรายด้าน

ปัจจัย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	400	3.35	.62	ปานกลาง
ด้านราคา	400	3.35	.67	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	400	3.31	.58	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	400	3.27	.65	ปานกลาง
ความพึงพอใจรวมส่วนประสมการตลาด	400	3.32	.58	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจรวม อยู่ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ดอนหอยหลอด

ตารางที่ 3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ซื้ออาหารทะเลแห้ง		
ไม่ซื้อ	212	53
ซื้อ	188	47
ซื้ออาหารทะเลสด		
ไม่ซื้อ	187	46
ซื้อ	213	54
ซื้อเสื้อผ้า		
ไม่ซื้อ	381	95
ซื้อ	19	5
ซื้อของที่ระลึก		
ไม่ซื้อ	364	91
ซื้อ	36	9
ซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จ		
ไม่ซื้อ	327	82
ซื้อ	73	18
ซื้อขนมจาก		
ไม่ซื้อ	355	89
ซื้อ	45	11

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ซื้อลูกจาก		
ไม่ใช้	384	96
ใช้	16	4
ซื้อหอยหลอดแห้ง		
ไม่ใช้	194	48
ใช้	206	52
ซื้อหอยชนิดอื่นๆ		
ไม่ใช้	274	68
ใช้	126	32
ซื้อกุ้งแห้ง		
ไม่ใช้	367	92
ใช้	33	8
ซื้อปลาเค็ม		
ไม่ใช้	341	85
ใช้	59	15
ซื้อปู		
ไม่ใช้	368	92
ใช้	32	8
ซื้อปลาหมึกแห้ง		
ไม่ใช้	241	60
ใช้	159	40

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ซื้อสินค้าอื่นๆ		
ไม่ใช้	392	98
ใช้	8	2
ซื้อหอยหลอดสด		
ไม่ใช้	246	61
ใช้	154	39
ซื้อปลาหูช้าง		
ไม่ใช้	178	44
ใช้	222	56
ซื้อปลาทุสด		
ไม่ใช้	278	70
ใช้	122	30
ซื้อปูทะเล		
ไม่ใช้	308	77
ใช้	92	23
ซื้อปูม้า		
ไม่ใช้	357	89
ใช้	43	11
รูปแบบการบริโภคอาหาร		
ทานที่ร้าน	121	30
ซื้อกลับบ้าน	279	70

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
บุคคลที่เดินทางด้วย		
เดินทางคนเดียว	18	4
เพื่อน	183	46
ครอบครัว	176	44
เพื่อนร่วมงาน	21	5
คนรัก	2	1
พาหนะที่ใช้เดินทาง		
รถประจำทาง	32	8
รถยนต์ส่วนตัว	323	80
รถบริษัททัวร์	19	5
พาหนะที่ใช้เดินทาง (ต่อ)		
เรือ	1	1
รถจักรยาน	3	1
รถจักรยานยนต์	22	5
มาไหว้กรมหลวงชุมพร		
ไม่ใช่	76	19
ใช่	324	81
มารับประทานทานอาหาร		
ไม่ใช่	291	73
ใช่	109	27

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
ซื้ออาหารทะเล		
ไม่ซื้อ	352	88
ซื้อ	48	12
เดินชมป่าชายเลน		
ไม่ซื้อ	235	59
ซื้อ	165	41
ล่องเรือ		
ไม่ซื้อ	351	88
ซื้อ	49	12
มาพักที่พักริมตอนหอยหลอด		
ไม่ซื้อ	367	92
ซื้อ	33	8
ช่วงเวลา		
เสาร์-อาทิตย์	143	36
วันเทศกาล	242	60
ปิดเทอม	12	3
วันธรรมดา	3	1
ค่าใช้จ่าย		
ต่ำกว่า 500 บาท	30	7
500-1,000 บาท	166	42
1,001-1,500 บาท	150	37
มากกว่า 1,501 บาท	54	14

รายการ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์ (%)
จำนวนครั้งที่มา		
ครั้งแรก	25	6
2-4 ครั้ง	259	65
5 ครั้งขึ้นไป	116	29
ภูมิสำเนา		
สมุทรสงคราม	91	23
กรุงเทพฯ	129	32
สมุทรสาคร	54	13
เพชรบุรี	56	14
ราชบุรี	41	10
ปริมณฑล	9	3
อื่นๆ	20	5
โอกาสที่จะกลับมา		
กลับมา	340	85
ไม่กลับมา	60	15

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 32 และเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติตอนหอยหลอด 2-4 ครั้ง ร้อยละ 65 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายระหว่าง 500-1,000 บาท ร้อยละ 42 และเดินทางมาในช่วงวันหยุดเทศกาล ร้อยละ 60 และเดินทางมากับเพื่อนและครอบครัวในปริมาณ ร้อยละ 45 โดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 80 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมาทำคือ การถวายเป็นความเคารพ ศาลกรมหลวงกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ร้อยละ 81 นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลสด ซื่อหอยหลอดแห้ง ปลาทูน่า และซื้อไปรับประทานที่บ้าน
นักท่องเที่ยวนักส่วนมากไม่ได้มาล่องเรือหรือเดินชมป่าชายเลน

สมมติฐาน ปัจจัยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ
ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาซ้ำของนักท่องเที่ยว

Predictors Independent variables	B	SE(b)	p-value	OR	95% C.I of OR
ความพึงพอใจส่วน ประสมการตลาด	1.12	.26	.000*	3.01	1.86-4.98
การเดินชมป่าชาย เลน	-1.81	.59	.001*	.15	.05-.48
การซื้อของที่ระลึก	1.82	.51	.000*	6.15	2.27-16.69
การซื้อขนมจาก ภูมิลำเนาอื่นๆ (กลุ่มอ้างอิง)	1.57	.47	.001*	4.79	1.88-12.18
สมุทรสงคราม	3.65	.92	.000*	38.59	6.35-234.52
กรุงเทพฯ	2.22	.72	.002*	9.28	2.24-38.37
สมุทรสาคร	2.02	.81	.013*	7.54	1.54-36.85
เพชรบุรี	2.19	.81	.007*	8.97	1.83-43.88
ราชบุรี	2.64	.90	.003*	14.04	2.38-82.62
ปริมณฑล	3.11	1.38	.024*	22.45	1.49-336.84

Predictors Independent variables	B	SE(b)	p-value	OR	95% C.I of OR
การซื้อกลับบ้าน	-.63	.39	.109	.53	.24-1.15
ปลาหนึ่ง	-.63	.39	.109	.53	.25-1.15
ค่าคงที่	-4.89	1.41	.001	.007	

Nagelkerke R Square = .511, Cox & Snell R Square = .292 , -2 Log likelihood=200.24

จากตารางที่ 4 พบว่า คะแนนความพึงพอใจส่วนประสมตลาดเพิ่มขึ้น พ 1 คะแนน จะทำให้มีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 3.01 เท่า นักท่องเที่ยวที่เดินชมป่าชายเลนมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำลดลงร้อยละ 0.85 นักท่องเที่ยวที่ซื้อของที่ระลึกมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 6.15 เท่ากว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่ซื้อของที่ระลึก นักท่องเที่ยวที่ซื้อขนมจากมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 4.79 เท่ากว่านักท่องเที่ยวที่ไม่ซื้อขนมจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากสมุทรสงครามมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 38.59 เท่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากกรุงเทพฯมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 9.28 เท่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากสมุทรสาครมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 7.54 เท่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากเพชรบุรีมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 8.97 เท่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากราชบุรีมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 14.04 เท่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากปริมณฑลมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่า 22.45 เท่า

7. บทสรุป

การอภิปรายผล

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางจากกรุงเทพมหานคร โดยมากนักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงวันหยุดเทศกาล และร่วมเดินทางมากับเพื่อนและครอบครัว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ดอนหอยหลอด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพร ปานยินดี, จิรวุฒิ หลอมประโคน และวราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง เคยมาดอนหอยหลอดมากกว่า 1 ครั้ง มาด้วยรถยนต์ส่วนตัว มาเพื่อพักผ่อน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำมา เลือกมาที่นี่เพราะไม่ไกลจากกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวส่วนมากมาทำกิจกรรม ว่ายน้ำความเครพศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซื้ออาหารทะเลสด ซื้อหอยหลอดแห้ง ปลาหนึ่ง และโดยการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่ได้มาลองเรือหรือเดินชมป่าชายเลน อาจเนื่องมาจากว่าเวลาที่นักท่องเที่ยวมาเป็นเวลาที่น้ำขึ้นทำให้ไม่สามารถลงไปในพื้นที่ดอนหอยหลอดเพื่อทำกิจกรรมเดินชมป่าชายเลนและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อว่ายน้ำความเครพศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จึงมีเวลาไม่มากพอที่จะทำกิจกรรมล่องเรือ

อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมส่วนประสมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา (2555) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์ตำหนักสาย สุทธานภดล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และธนภุต สุทธินนท์โชติ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

คะแนนความพึงพอใจส่วนประสมตลาดเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้มีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของพพร โอทกานนท์และเยาวภา ปฐมศิริกุล (2556) ที่พบว่าองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพล

ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวอเมริกัน คือ คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้ และงานวิจัยของ ปณิตา ตั้งชัยชนะ และเกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์ (ม.ป.ป) ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชซ้ำในครั้งต่อไป ส่วนนักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมในพื้นที่เช่นการการซื้อของที่ระลึก ขนมาจาก จะมีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ เนื่องจากขนมาจากและของที่ระลึกเป็นสิ่งบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของป่าชายเลนส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากสมุทรสงคราม มีโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำสูงกว่าพื้นที่อื่นเนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เดินทางมาได้ตลอดไม่จำเป็นต้องรอช่วงวันหยุดหรือเทศกาล

8. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมาทำกิจกรรม ไหว้ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้คำนึงความโดดเด่นหรือคุณค่าของธรรมชาติป่าชายเลน ดอนหอยหลอด วัตถุประสงค์หลักที่มาคือ ความเชื่อและความศรัทธาต่อ ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง และการเดินทางมารับประทานอาหารทะเลเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นลำดับรองลงมา จะเห็นได้ว่าแหล่งธรรมชาติแห่งนี้มีสิ่งที่น่าสนใจและกิจกรรมอย่างอื่นไว้รองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่เป็นที่นิยมนัก เช่น การล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวประมง การเดินชมป่าชายเลน เนื่องจากการขาดการสื่อความหมายทำให้นักท่องเที่ยวขาดซึ่งถึงคุณค่าของป่าชายเลน ดังนั้นจึงควรมีการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวป่าชายเลน ดอนหอยหลอด จังหวัดสมุทรสงคราม นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังให้ข้อเสนอแนะว่าเห็นควรจัดระเบียบภูมิทัศน์ให้นักท่องเที่ยวเห็นธรรมชาติอย่างแท้จริง พุดบาทข้างทางเดินเท้าควรให้ผู้มาเที่ยวเดินชมสินค้าไม่ใช่ตั้งร้านค้าจนเดินไม่ได้ ถนนสกปรกมาก ควรช่วยกันล้าง

อาทิตย์ละครั้ง ที่จอดรถน้อยและร้อน ถนนแคบ ร้านค้าติดกันเกินไป ขาดความหลากหลายของอาหาร เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ดอนหอยหลอด สามารถส่งเสริมและจัดการ หรือสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ รับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวคำนึงถึงและตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ต่างๆ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติกับนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

งานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ดอนหอยหลอด เป็นการศึกษาทางด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมการตลาดเพื่อนำมาซึ่งปัจจัยที่สำคัญนำมาปรับปรุงการบริการ ควรมีการทำการวิจัยในด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อหาทางเพิ่มจำนวนของหอยหลอดให้มากขึ้น และรักษาระบบนิเวศของอ่าวไทย

เอกสารอ้างอิง/References

Behavioral Intention of European and American Visitors in Long Stay

Tourism. *Thammasat journal* .32(1).97-118

Chompoonuch Hunnark. (2015). A Study of the Connection of the

Tourists Sites in Samutsongkhram Province . *Valaya Alongkorn*

Review. 5(2). 113-123.

- Department of Tourism. (2015). *Interpretation in historic and cultural destination for eco-tourism*. Bangkok : V.T.K. Printing. Ltd.
- Marine and Coastal Resources Conservation Center 2. (n.d.d). *Marine and Coastal Resources Handbook for Don Hoi Lot*. Department of Marine and Coastal Resources.
- Pisinee Gopolrat. (2009). *Tourism management for Wetland Area Case study of Don Hoi Lot, Samutsongkhram Province*. Master Degree Thesis, Mahidol University.
- Phramaha Boonthai Punnamano. (2017) . *The Integration Buddha Teaching in the Restoration of Don Hoi Lod (Razor Clam Mound) for Supporting the Tourism and Happy Life*. retrieved 5 March 2018 from <http://www.cybervanaram.net/2009-12-17-14-43-37-13/1258-2017-12-15-07-17-41?showall=1&limitstart=>
- Pobporn Othaganon and Yaowapa Pathomsirikul. (2013). The Model of service Quality, Destination Image, and Satisfaction Influencing Samutsongkhram Provice. (2004). *Thai way of life tourism in Samutsongkhram* . Samutsongkhram : Prasarnmith Printing ltd.
- Siripen Yiamjanya. (2012). *Decision making and Behaviour of Thai Tourists in Visiting Saisuddha Nobhadol Mansion In Suan Sunandha Palace and Marketing Mix factors that Influence their Decision*, Suan Sunandha Rajabhat University.
- Somporn Parnyindee et.al. (2011). Marketing Factors Affecting to Tourists Behavior in Samutsongkhram Province Case Study of

Don Hoi Lot. *Future Developing Thai rural : Stable Basement for the sustainable country development* . Khon-Kaen University.

Sujittra Pongkijja. (2016). *Media Exposure and the Opinions on the Motivation tourists travel to Don Hoi Lot, Samutsongkhram Province*. Master Degree Thesis, Krirk University.

Surajit Chirahwath. (2004). *Mae-Klong People*. Bangkok : S. Asia press company (1989) Ltd.

Thanakrit Sutthinanthachod. (2016). *The Thai tourist Satisfaction in than Sadet – Ko Pha-ngan National park ,Surat Thani province*. Master Degree Thesis, Had-Yai University.

ประวัติผู้เขียน

Rumpapak Luekveerawattana (corresponding author) is with the Program in Tourism Industry and Hospitality Management Faculty of Humanities and Social Science

Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand.

Phone : +66 2160 1286, +66 2160 1037

E-mail: rumpapak.lu@ssru.ac.th, sirittt@yahoo.com