

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น  
BEHAVIOR OF TOURISTS IN COMMUNITY BASED ATTRACTION  
KHON KAEN PROVINCE

สิริอมร ผาหล้า, รัตติยากร กลางเมืองขวา, สุพรรณษา พงสีมา,  
ธนวัฒน์ ตันติพนิชย์กุล และ สุมาลี นันทศิริพล  
SIRIAMORN PHALA, RUTTIYAKORN KLANGMUANGKHWHA,  
SUPANSA PONGSEEMA, THANAWAT TANTIPANICHKUL  
AND SUMALEE NUNTHASIRIPHON  
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น  
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION AND  
INFORMATION TECHNOLOGY, RAJAMANGALA UNIVERSITY  
OF TECHNOLOGY ISAN KHON KAEN CAMPUS  
จังหวัดขอนแก่น  
KHON KAEN PROVINCE

### บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดำเนินงานวิจัยโดยใช้การเก็บแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 400 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่อาศัยในจังหวัดขอนแก่น เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้ง/เดือน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์ , ยูทูป เพื่อค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ตัดสินใจเดินทางด้วยตัวเอง ชอบท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน เลือกพักที่โฮมสเตย์ เดินในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน ใช้จ่ายประมาณ 1,001-3,000 บาท เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งชอบท่องเที่ยวชุมชน มีความประทับใจ บอกต่อ รวมทั้งนักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยวชุมชน, จังหวัดขอนแก่น

## ABSTRACT

This research aimed to study tourist behavior in community attraction Khon Kaen Province. The objectives of the study were to study and analyze tourist behavior. The researchers conducted the research using questionnaires by collecting the information from 400 tourists who had local tourism experiences and used descriptive statistical analysis to analyze the data. The results of the study show that most of the tourists, who had local tourism experiences, are female in the age of 20-24 years old, with single status. Most of them are university students who live in Khon Kaen, and their income is less than 5,000 Baht. The average of their trip was only once a month. They used social media such as Facebook, Twitter, YouTube to search for the local tourism information. Most of them are interested in nature tourism activities. The purpose of their trip was for vacations, so that nature tourism activities would be the most interested one and the trip would be self-planned trip. The results show that the tourist like to travel with a group of friends and staying at a homestay on the weekends, which takes only 2 days to travel and can cost about 1,001 - 3,000 Baht for traveling. Moreover, the tourists choose to use their own car for travel and like to travel in the local places that were told or reviewed on the internet or some interesting new places where can make the tourists return to travel repeatedly in that place.

**Keywords:** Tourist behavior, Community Based Attraction, Khon Kaen Province

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากสามารถสร้างรายได้ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิเช่น โรงแรม ที่พัก ภัตตาคารอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ก่อให้เกิดการลงทุนการจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศ ปีละหลายแสนล้านบาท ซึ่งในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาไทยประมาณ 39.7 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ 1.93 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 166 ล้านคน สร้างรายได้ 1.08 ล้านล้านบาท ในปี 2562 มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยว 3.01 ล้านล้านบาทเพิ่มขึ้น 2.37 % เมื่อเทียบกับปีก่อน (พืฒน์ รัชกิจประการ, 2563) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ ส่งผลประโยชน์ในหลายด้านทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพกระจายรายได้ไปสู่ ชุมชนท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ กระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค ก่อให้เกิดการ หมุนเวียนทางเศรษฐกิจในประเทศ (นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย, 2560)

จากความสำคัญดังกล่าวรัฐบาลไทยใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลักไปสู่เมืองท่องเที่ยวทางเลือกที่มีศักยภาพในเรื่องการท่องเที่ยวในชุมชน การ

สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มี นวัตกรรมต่อยอดสร้างสรรค์อาหารถิ่น และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการส่งเสริมสินค้าที่มีนวัตกรรมสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองพฤติกรรม นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และเพื่อกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ กระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งผลให้รัฐบาลให้ความสำคัญ และส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่ชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยดึงอัตลักษณ์แต่ละท้องถิ่น อาหารถิ่นหรือวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างมุมมองที่น่าสนใจและแตกต่างให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักการท่องเที่ยวชุมชนมากยิ่งขึ้น (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2563)

ซึ่งจังหวัดขอนแก่น เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีศักยภาพและความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น การคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ ทางคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถเมล์ รถไฟ และเครื่องบิน ซึ่งมีความสะดวกในการเดินทาง เป็นมหานครแห่งการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม เป็นศูนย์กลางของความเจริญในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ โรงแรม และการบริการ ศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้งต่าง ๆ และการบริการ ทำให้จังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวหลักอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2561) ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น จึงเป็นที่มาให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของยามานะ (Yamane, 1970) วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) ประกอบด้วย สถิติร้อยละ (Percentage) และใช้การพรรณนาเพื่อการอภิปรายผล

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากจำนวนนักท่องเที่ยวในการตอบแบบสอบถามทั้งหมดได้ผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดขอนแก่นพบว่า

1.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน พบว่ามากที่สุด คือ เดินทาง 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และน้อยที่สุด คือ เดินทาง 3 ครั้ง/เดือนจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

1.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามสื่อที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า มากที่สุดคือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูป จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 และน้อยที่สุด คือ วิทยุ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

1.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ มากที่สุดคือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และน้อยที่สุด คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณวัตถุและศาสนสถาน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8

1.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์มากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนวันหยุด จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ น้อยที่สุด คือ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

1.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ตัวเอง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือบริษัทนำเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

1.6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่ท่านไปท่องเที่ยวด้วยแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มีบุคคลที่ท่านไปท่องเที่ยวด้วย คือกลุ่มเพื่อน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือ บริษัทนำเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

1.7 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกการพักค้างคืนในการเดินทางแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มากที่สุดคือ พักค้างคืน จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือไม่พักค้างคืน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

1.8 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเลือกที่พักในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มากที่สุด คือเลือกพักโฮมสเตย์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือบ้านญาติ/บ้านเพื่อน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

1.9 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มีเส้นทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 8.8

1.10 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 2 วัน จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า หรือเท่ากับ 5 วัน จำนวน 15 คิดเป็นร้อยละ 3.8

1.11 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่าเดินทาง อาหาร ที่พัก กิจกรรม และอื่น ๆ) แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 1,001-3,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ น้อยที่สุด คือต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

1.12 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ใช้พาหนะในการเดินทางมากที่สุด คือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือ รถยนต์บริษัทนำเที่ยว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และรถไฟ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

## 2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น พบว่า

2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามการชอบท่องเที่ยวชุมชน แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ ชอบท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุด คือ จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือไม่ชอบท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามความประทับใจในการท่องเที่ยวชุมชน แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้มีความประทับใจในการท่องเที่ยวชุมชน มากที่สุด คือจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ น้อยที่สุด คือ ไม่ประทับใจในการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามการบอกต่อการท่องเที่ยวชุมชนแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ มีการบอกต่อการท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุดคือ จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือ ไม่บอกต่อการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

2.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามการกลับมาเที่ยวซ้ำ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ มากที่สุดคือ กลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุด คือไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวน 7 คน

จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายรายงานผลการวิจัยได้ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ด้านการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดขอนแก่น จากกลุ่มประชากรศึกษามีพฤติกรรมในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน จากประเด็นตามแบบสอบถามมากที่สุด พบว่า ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยมากที่สุด คือ เดินทาง 1 ครั้ง/เดือน ด้วยวิธีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูป สอดคล้องด้วยผลการวิจัยของวัชรเชียงกุล และเทิดชายช่วยบำรุง (2560) เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ กล่าวว่า สื่อที่ใช้เพื่อการรับรู้ก่อนการเดินทางคือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูป ฯลฯ รูปแบบกิจกรรมที่สนใจมากที่สุดในการ

ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีความสอดคล้องด้วยผลการวิจัยของ ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติห้วยเกาเข้าง ผลการศึกษาค้นพบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติห้วยเกาเข้าง เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด ในด้านการตัดสินใจเลือกเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเอง พฤติกรรมการส่วนมากมีการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มเพื่อนมากกว่าการเดินทางไปคนเดียว โดยมากเลือกพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์ ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนมาก 2 วัน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และประมาณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000–3,000 บาท/คน

## 2. ด้านผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่นวิเคราะห์ได้ว่า ในประเด็นเรื่องความชอบของนักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความนิยมชอบท่องเที่ยวชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ร้อยละ 73.5 ในด้านความประทับใจมีค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 77.5 ในเรื่องของกรรับทราบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุดของนักท่องเที่ยวได้รับจากการบอกต่อกัน ๆ ร้อยละ 84.3 และมีเปอร์เซ็นต์ของการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกของนักท่องเที่ยวยุทธ์ร้อยละ 67.3

จากข้อมูลจากผลการวิจัยในประเด็นนี้ วิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดขอนแก่นที่มีค่าเปอร์เซ็นต์จากความมาก-น้อยในแต่ละด้านเป็น 3 ระดับ ตามเปอร์เซ็นต์มากที่สุด ที่ได้ คือมากที่สุด มาก และน้อย สามารถแสดงเปรียบเทียบในรูปแบบตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบพฤติกรรมของนักเที่ยวในชุมชนในจังหวัดขอนแก่นในด้านต่าง ๆ

ระดับที่	ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในชุมชน	ค่าเปอร์เซ็นต์
มากที่สุด	การรับทราบข้อมูลจากบอกต่อกัน	84.3
มาก	ความประทับใจ	77.5
มาก	ความชอบ	73.5
น้อย	การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	67.3

จากตารางที่ 1 สามารถอภิปรายผลการในแต่ละด้าน คือ ด้านการรับทราบข้อมูลที่เกิดจากการบอกต่อกันอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความชอบและความประทับใจอยู่ในระดับมาก และในด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยจากระดับทั้ง 3 ตามที่กำหนดเปรียบเทียบ แสดงให้เห็นว่าเรื่องการรับทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้เกิดจากกระบวนการของนักท่องเที่ยวเองที่มีความสนใจในการท่องเที่ยว การค้นหาข้อมูลเบื้องต้นเกิดจากการใช้สื่อออนไลน์ยังเป็นปัจจัยสำคัญ แต่ในเรื่องการตัดสินใจส่วนมากมาจากการบอกต่อกันเพื่อการตัดสินใจส่วนพฤติกรรมที่จัดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความชอบและความประทับใจ จัดอยู่ในค่าเฉลี่ยในระนาบเดียวกันแต่เรื่องความประทับใจมากกว่าความชอบอยู่ที่ 4 เปอร์เซ็นต์ แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ของของบุคคลต่างกัน และในเบื้องต้นอาจมีความไม่ชอบในการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ แต่เมื่อได้มาท่องเที่ยวสัมผัสจริง ได้รับความประทับใจเพิ่มขึ้น และในการด้านที่น้อย จาก 3 ระดับ คือด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำแม้จะอยู่ในระดับ

น้อย แต่ก็ยังมีค่าเฉลี่ยถึงร้อยละ 67.3 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากปัจจัยอื่น ๆ ประกอบกัน ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาในวิจัยต่อไป เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น ให้ได้รับความสนใจและมีการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เมื่อนำข้อมูลที่ได้ทุก ๆ ด้านถือว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดขอนแก่น อยู่ในความสนใจของผู้เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ควรหาจุดเด่นเพื่อการทำให้ระดับที่ต่ำให้สูงขึ้นตามข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

1. จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา อายุ 20 - 24 ปี มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน ชอบกิจกรรมเชิงธรรมชาติ ดังนั้น แคมเปญหรือรูปแบบการตลาดควรออกมาในรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมเกี่ยวกับธรรมชาติ ผจญภัย แอดเวนเจอร์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในกลุ่มวัยรุ่น และสอดแทรกกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประเพณี วัฒนธรรมเป็นกิจกรรมเสริมในโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชน
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ชุมชนควรจัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวหลายคนไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวแล้วไปไม่ถูก
3. เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักโฮมสเตย์ ชุมชนควรจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ในชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

### เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น. (2561). *ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการสำนักงานจังหวัดขอนแก่น*. จาก <http://www.khonkaen.go.th/khonkaen6/main.php>.
- นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), น. 149.
- พิพัฒน์ รัชกิจประการ. (2563). *ท่องเที่ยวในประเทศไทยกระตุ้นเศรษฐกิจระดมสมองร่างนโยบายมาตรการปฏิบัติหลังโควิด-19*. จาก <https://siamrath.co.th/n/153100>.
- ยุทศักดิ์ สุภสร. (2563). *การนำเสนอทิศทาง การส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2563*. จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-direction-2020/>
- วัชระ เชียงกุล และเกิดชาย ช่วยบำรุง. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8(1), น. 92-109.

- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สุดา สุวรรณภิมย์. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. *Panyapiwat Journal*, 9(3), น. 69-79.
- Taro Yamane. (1970). *Statistic : an Introductory Analysis* (2nd ed). New York: Harper & Row.