

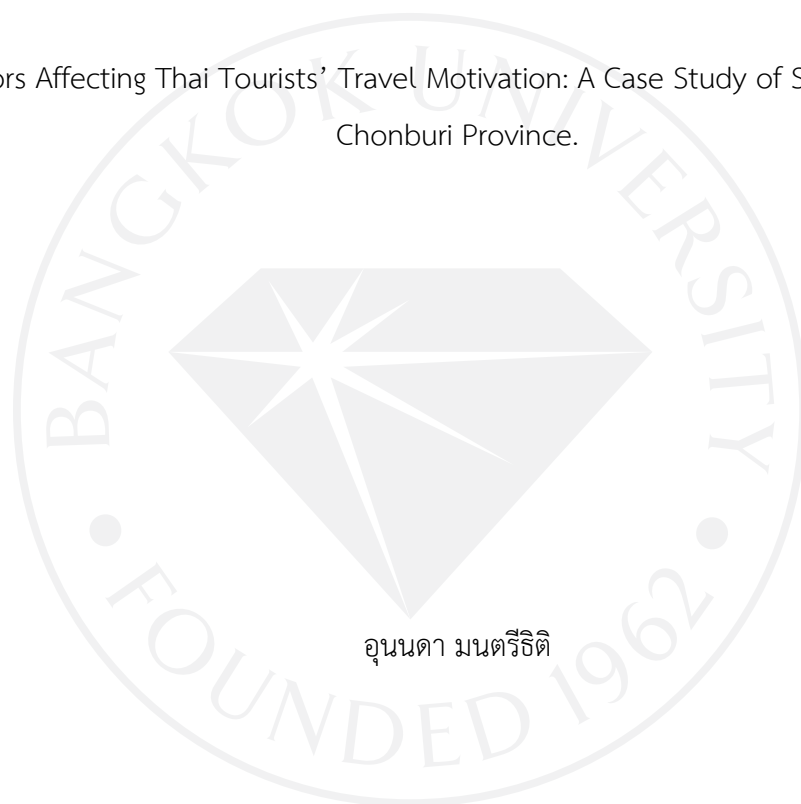
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting Thai Tourists' Travel Motivation: A Case Study of
Sichang Island, Chonburi Province



ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting Thai Tourists' Travel Motivation: A Case Study of Sichang Island,
Chonburi Province.



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563



©2564

อุณนดา มนตรีธิตี

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา
เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัย อุณดา มนตรีธิตี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


(ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม)

ผู้เชี่ยวชาญ


(ดร.นันทวรรณ ส่งเสริม)


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจีพงษ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

25 มีนาคม 2564

อุณนดา มนตรีธิตี. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มีนาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี (68 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และองค์ประกอบ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน การรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน, สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test), การ วิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA), การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Regression)

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค่าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ผลการวิจัยด้านความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม พบว่า ด้านที่พัก แรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงและแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ตามลำดับ ด้านความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ด้านปัจจัยหลัก พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางเพราะต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลาย ความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ มากที่สุด ด้านปัจจัยดึง พบว่านักท่องเที่ยว เดินทางเพราะความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมา ท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, การเดินทางท่องเที่ยว, เกาะสีชัง, ปัจจัยหลัก, ปัจจัยดึง

Monthreethiti, A. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), March 2021, Graduate School, Bangkok University.

Factors Affecting Thai Tourists' Travel Motivation: A Case Study of Sichang Island, Chonburi Province. (68 pages)

Advisor: Siwasak Pansukkum, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were to study travel motivation of Thai tourists in terms of demographic factors, and the management of tourism elements that motivating them to travel to Sichang Island. The study consisted of 350 participants who were Thai and travelled to Sichang Island. Questionnaire was used to collect the data. Descriptive analysis including percentage, mean, and standard deviation. Moreover, T-test, One-way ANOVA and Regression analysis were also used to analyze the data in hypothesis test.

The result in terms of demographic factors revealed that most of the participants of the study were males, age between 21-30 years old with lower than bachelors's degree level. According to their occupation, most of them had their own business, worked as freelancer and sales with average salary lower or equal to 15,000 Baht per month. In terms the management of tourism element provided at the attractions sites, it was found that accommodation rated the highest, following by accessibility, tourist attractions, facilities, and activities consecutively. Referring to the comments towards the travel motivation of Thai tourists, the result showed that, in term of push factors, most tourists travelled because they needed to be relaxed and relieved. In term of pull factors, the result showed that, most tourists travelled because of travelling safety.

According to the result of hypothesis test, it was found that age, educational level, occupation, and income of participants revealed significance difference level at 0.05 ($p \leq 0.05$). facilities, activities provided at the tourist attraction, accessibility, and tourist attraction completely affected Thai tourists' travel motivation to Sichang Island with the significance level at 0.05 ($p \leq 0.05$).

Keywords: Motivation, Travel, Sichang Island, Push Factors, Pull Factors

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านมาให้ความรู้ ให้การชี้แนะ แนวทางการค้นคว้า ตรวจสอบ และให้คำแนะนำแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนมีความปรารถนาดีในการให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการวิจัย ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.นนทวรรณ ส่งเสริม ที่ได้กรุณามาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสอบ อีกทั้งชี้แนะในรายละเอียดของงานวิจัย ซึ่งนับเป็นการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้แก่การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้สามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวไทยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ รวมทั้งพี่น้องทุกท่านที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และคำแนะนำที่ดีเสมอมา ตลอดจนการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อุณนดา มนตรีธิตี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
1.3 คำถามในการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 สมมติฐานในการวิจัย	25
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	27
3.1 ประเภทของงานวิจัย	27
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.4 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	30
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.6 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์	34
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	40
4.4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย	43
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	52
5.1 สรุปผลการศึกษา	52
5.2 อภิปรายผล	54
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	57
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	61
ประวัติผู้เขียน	68
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562	2
ตารางที่ 4.1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์	35
ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	37
ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	41
ตารางที่ 4.4: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน	43
ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	44
ตารางที่ 4.6: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	45
ตารางที่ 4.7: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	46
ตารางที่ 4.8: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	48
ตารางที่ 4.9: ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	49
ตารางที่ 4.10: แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	50

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แผนที่เกาะสีชังจังหวัดชลบุรี	6
ภาพที่ 2.2: พระจุฑาธุชราชฐาน	7
ภาพที่ 2.3: สะพานอัมรินทร์	8
ภาพที่ 2.4: พระเจดีย์อุโบสถวัดอัมรินทร์นิมิตร	9
ภาพที่ 2.5: ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่	10
ภาพที่ 2.6: ช่องอิศริยาภรณ์ (ช่องเขาขาด)	11
ภาพที่ 2.7: หาดถ้ำพัง	12
ภาพที่ 2.8: กรอบแนวคิดในการวิจัย	26



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำรายได้เป็นจํานวนมหาศาลให้กับหลาย ๆ ประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลัก โดยวัดจากอัตราการเติบโตของรายได้มวลรวมประชาชาติ (GDP) การจ้างงาน รวมถึงการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและการร่วมลงทุนจากภายนอกประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 มีจํานวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,186 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก ปีพ.ศ. 2559 ร้อยละ 4.6 โดยในปีพ.ศ. 2561 พบว่ามีนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1,400 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 5.6 และในปี พ.ศ. 2562 พบว่าจํานวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั่วโลก จํานวน 1,586 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 4.8 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ทั้งนี้ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับคํานิยมเนื่องจากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยพบว่า ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจํานวนถึง 39,797,406 คน ในขณะที่การท่องเที่ยวภายในประเทศก็มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น โดยพบว่า ในปีพ.ศ. 2562 มีจํานวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จํานวน 28,608,302 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.87 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

หากพิจารณาถึงสภาพทางภูมิประเทศของประเทศไทยซึ่งมีลักษณะเป็นแผ่นดินทอดตัวยาวลงไปทางตอนใต้ และโอบล้อมด้วยมหาสมุทรทั้งสองฝั่ง ทำให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นเกาะแก่ง และสวยงามติดอันดับโลก เช่น หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ เป็นต้น ทั้งนี้จะพบว่า เกาะแก่งทางภาคตะวันออกของประเทศไทยค่อนข้างจะได้รับความนิยมในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากตั้งอยู่ไม่ไกลกรุงเทพฯ การเดินทางสะดวก และมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2558)

เกาะสีชัง อำเภอกะสีชัง จังหวัดชลบุรี เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวประเภทหมู่เกาะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เนื่องจากใช้ระยะเวลาในการเดินทางเพียง 2 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางได้ด้วยรถยนต์โดยสารสาธารณะ หรือรถยนต์ส่วนตัว จากสถิตินักท่องเที่ยวพบว่ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยในปี 2562 พบว่ามีจํานวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.95 เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่ง

หมายถึงรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นด้วย ดังแสดงในตารางที่ 1.1 (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2562)

ตารางที่ 1.1: แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเพิ่มขึ้น
2560	338,343	4.99%
2561	324,713	4.02%
2562	363,548	11.95%

ที่มา : เทศบาลตำบลเกาะสีชัง. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 สืบค้นจาก <https://www.kohsichang.go.th/>.

แม้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะสีชัง มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทหมู่เกาะในจังหวัดชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเกาะสีชังยังมีจำนวนน้อย ทั้งนี้อาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ เช่น ความสนใจส่วนบุคคล ความต้องการ ความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง เป็นต้น

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยผลที่คาดว่าจะได้รับการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ได้นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้ตั้งวัตถุประสงค์ ในการวิจัยออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

1.3 คำถามในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามของงานวิจัยออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชังหรือไม่

1.3.2 ปัจจัยองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชังหรือไม่

1.3.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เป็นอย่างไร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งขอบเขตการวิจัยออกเป็นขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านพื้นที่ และขอบเขตด้านเวลาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยทำการศึกษาปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึง ด้านการเข้าถึง และทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยหลัก และปัจจัยดึง

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ศึกษาเลือกศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี และดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 6 แห่ง ได้แก่ พระจุฑาธุชราชฐาน สะพานอัมรินทร์ วัดอัมพวันคีรีนิมิตร ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ช่องเขาขาด และหาดถ้ำพัง

1.4.5 ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลภาคสนามระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2563 และทำการวิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2563 ถึง 31 มกราคม 2564

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นนามธรรมหรือรูปธรรมที่กระตุ้นและส่งผลต่อจิตใจและความรู้สึกให้ทำตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย ปัจจัยหลัก และปัจจัยดิ่ง

1.5.2 เกาะสีชัง หมายถึง เกาะใหญ่ตั้งอยู่กลางทะเลบริเวณตอนในของอ่าวไทย ตรงข้ามกับอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังในช่วงระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2563

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เทศบาลตำบลเกาะสีชัง และคนในชุมชนเกาะสีชังนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมให้ตรงกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวเป็นกรอบในการพัฒนา

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้รวบรวมวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอตามลำดับดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของเกาะสีชัง

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 สมมติฐานในการวิจัย

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของเกาะสีชัง

2.1.1.1 ลักษณะทั่วไปของเกาะสีชัง

เกาะสีชังเป็นเกาะที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โดยเคยเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้ยังเคยเป็นสถานที่บริหารพระราชกรณียกิจสำคัญในสมัยรัชกาลที่ 5 ทั้งยังเป็นสถานที่ประสูติพระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ นอกจากนี้เกาะสีชังเป็นที่จอดพักเรือสินค้านานาชาติ เป็นท่าเรือสำหรับเรือขนาดใหญ่ที่ไม่สามารถเข้าไปยังท่าเรือกรุงเทพ ได้นำสินค้ามาระบายที่เกาะสีชังก่อน โดยมักจะใช้ทะเลบริเวณด้านทิศตะวันออกของเกาะสีชังเป็นที่จอดทอดสมอเพื่อถ่ายลำเลียงสินค้าทางเรือใหญ่ลงเรือเล็ก เกาะสีชังมีสภาพภูมิประเทศเป็นเกาะกลางทะเลพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา โขดหิน และหาดทราย มีพื้นที่ทำการเพาะปลูกได้เพียงเล็กน้อย ไม่มีแหล่งน้ำ ลำธารและหนอง บึง บริเวณที่เป็นจุดสูงสุดคือบริเวณเขาใหญ่ ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะสีชัง โดยมีความสูงประมาณ 192 เมตรจากระดับน้ำทะเล โดยเกาะสีชังเป็นพื้นที่ชายทะเลเขตร้อน ทุกปีจะมีกระแสน้ำพัดเข้าสู่เกาะสีชัง แบ่งได้เป็น 2 ช่วง คือ ระหว่างเดือนมีนาคม - เดือนกันยายน จะพัดจากทิศตะวันตกไปทางทิศตะวันออก เรียกว่า ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และระหว่างเดือนตุลาคม - เดือนกุมภาพันธ์ จะพัดจาก

ทิศตะวันตก เร็วกว่า ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 31.3 องศาเซลเซียส โดยในเดือนกันยายนเป็นช่วงที่ฝนตกมากที่สุด และน้อยที่สุดในเดือนมกราคม ปริมาณน้ำฝนตลอดปี ประมาณ 1,235 มิลลิเมตร (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2560)

เกาะสีชังตั้งอยู่ห่างจากอำเภอศรีราชาไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ประมาณ 12 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดชลบุรี 36 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 117 กิโลเมตร โดยเกาะสีชังมีฐานะเป็นอำเภอขึ้นอยู่กับจังหวัดชลบุรี สำหรับการเดินทางไปยังเกาะสีชังนั้นสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารสาธารณะ สำหรับการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวสามารถเดินทางได้ 2 ช่องทางหลักคือถนนบางนา – ตราด เข้าสู่จังหวัดชลบุรีผ่านตัวเมืองชลบุรีหรือมุ่งหน้าเข้าเลี้ยงเมืองชลบุรีได้ระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตรจากตัวเมืองชลบุรีจนถึงสามแยกโรงเรียนดาราสมุทรให้เลี้ยวขวาจะถึงท่าเรือไปเกาะสีชัง และอีกหนึ่งเส้นทางใช้ถนนสายมอเตอร์เวย์มุ่งหน้าชลบุรีใช้ช่องทางออกอำเภอศรีราชามุ่งหน้าสู่เกาะลอย สำหรับการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ สามารถเดินทางจากสถานีเอกมัย และเส้นทางที่ 2 คือ สถานีหมอชิต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ภาพที่ 2.1: แผนที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี



ที่มา: Tourist Hotline (2563). สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

<http://www.tatcontactcenter.com/th>

2.1.1.2 สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง มีดังนี้

1) พระจุฑาธุชราชฐาน

พระจุฑาธุชราชฐานเป็นพระราชวังที่ถูกสร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะสีชัง ด้านหน้าของพระราชฐานจะอยู่ติดกับทะเล ส่วนด้านหลังเป็นที่ราบสูงบนเขา สิ่งปลูกสร้างภายในเขตพระจุฑาธุชราชฐานนั้น แสดงให้เห็นถึงมรดกวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ได้แก่ เรือนไม้ริมทะเล ตึกฟ่องศรี ตึกอภิรมย์ ตึกวัฒนา และพระอุโบสถวัดอัมฤกษ์นิมิตร (thailand top vote, 2560)

ภาพที่ 2.2: พระจุฑาธุชราชฐาน



ที่มา: thailandtopvote. (2560). พระจุฑาธุชราชฐาน จังหวัดชลบุรี เที่ยววังสวาย แห่งเดียวบนเกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.thailandtopvote.com/>

2) สะพานอัมพางค์

สะพานอัมพางค์ ที่ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของพระจุฑาธุชราชฐาน เป็นสะพานที่เชื่อมต่อกับถนนอัมพางค์ ปัจจุบันสะพานอัมพางค์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญของเกาะสีชังเนื่องจากมีลักษณะโดดเด่นทางสถาปัตยกรรม สร้างด้วยไม้สักทาสี โดยสะพานจะทอดยาวจนถึงกลางทะเล ด้วยเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมอันโดดเด่น จึงเป็นจุดถ่ายรูปที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของเกาะสีชัง (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2563)

ภาพที่ 2.3: สะพานอัมพางค์



ที่มา: Paiduaykan. (2563). เกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html

3) พระเจดีย์อุโบสถวัดอัมพวันคีนิมิตร

พระเจดีย์อุโบสถวัดอัมพวันคีนิมิตร ตั้งอยู่ที่ปลายแหลม เรียกว่า “แหลมวัง” บนเนินเขาในเขตพื้นที่โบราณสถานพระจุลฑาราชูราชฐาน อันได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถาน ด้วยสถานที่อันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางธรรมชาติ พร้อมบรรยากาศอันเจิบสขงบมพัตเยนสบายตลอด สามารถมองเห็นทัศนียภาพบริเวณพระราชฐานโดยรอบรวมถึงภูมิทัศน์ทางทะเลที่สวยงาม (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2563)

ภาพที่ 2.4: พระเจดีย์อุโบสถวัดอัมพวันคีนิมิตร



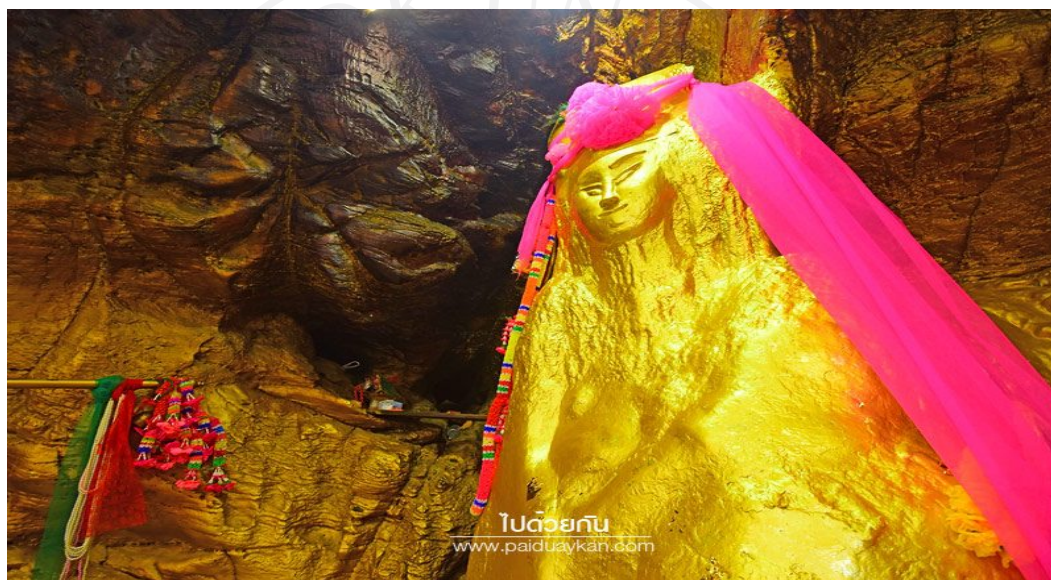
ที่มา: Paiduaykan. (2563). เกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html

4) ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่

ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ เป็นศาสนสถานตั้งอยู่บนเชิงเขาทางทิศเหนือของเกาะสีชัง เป็นการสร้างโดยผสมผสานสถาปัตยกรรมไทยและจีน โดยศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ทาสีแดงเป็นสีหลัก สามารถมองเห็นได้ชัดจากท่าเรือ โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เช่น การสักการะบูชาศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ การฝากดวงกับองค์เจ้าพ่อได้เสี่ยฮุกโจ้ว ชมพระอาทิตย์ขึ้นตอนเช้า การแลกขวัญกระเป่า การจุดประทัด การแก้บน เป็นต้น (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2563)

ภาพที่ 2.5: ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่



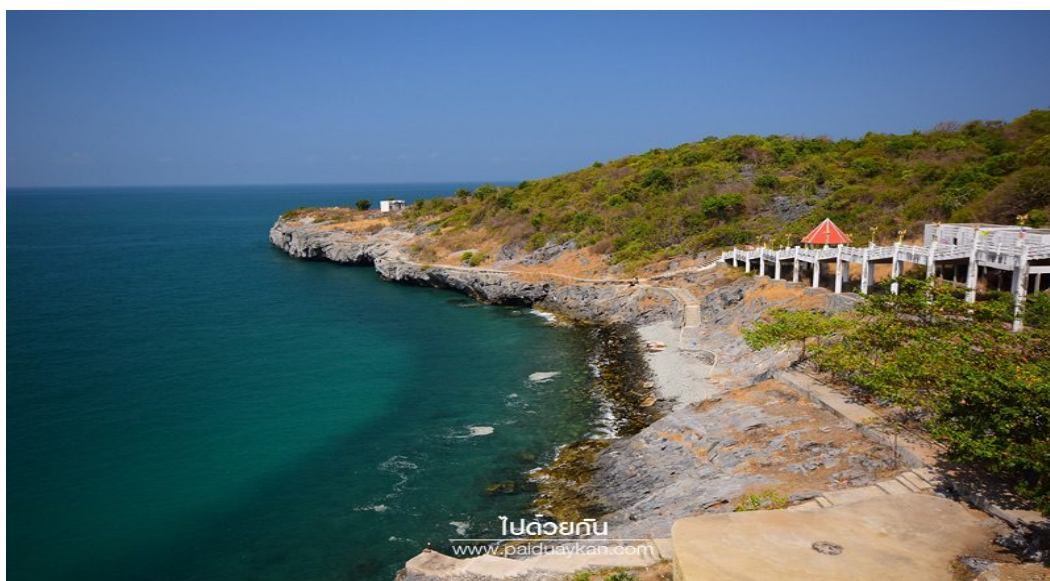
ที่มา: Paiduaykan. (2563). เกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html

5) ช่องเขาขาด

ช่องเขาขาด ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะสีชัง ติดกับแหลมมหาชีราฐ กั้นยอดยุค สามารถชมวิวทิวทัศน์ และเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกดิน จึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในการชมความงามของพระอาทิตย์ตกดิน (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2563)

ภาพที่ 2.6: ช่องเขาขาด



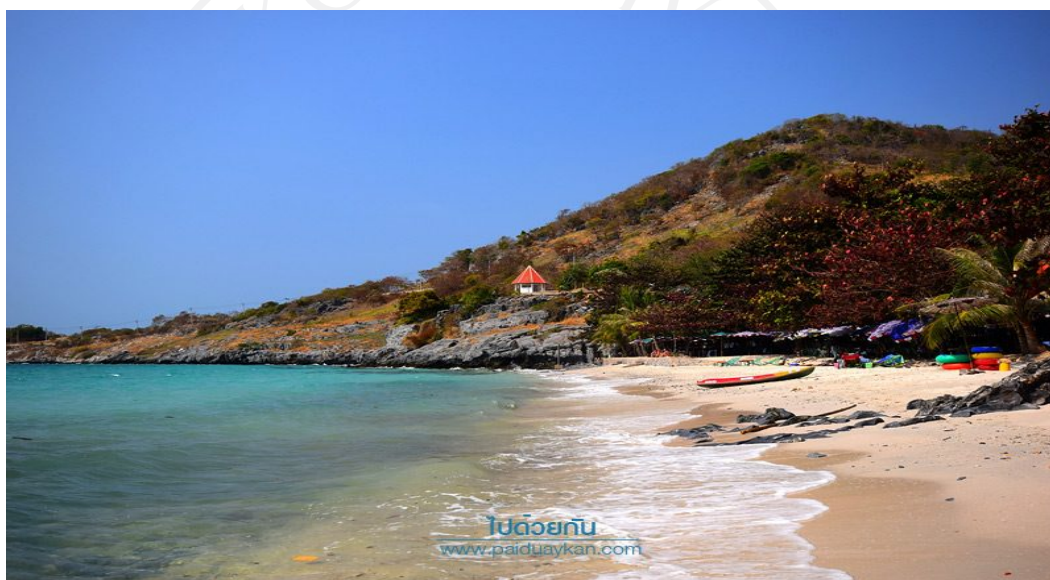
ที่มา: Paiduaykan. (2563). เกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html

6) หาดถ้ำพัง

อ่าวอัมพวงค์ หรือหาดถ้ำพัง เป็นหาดที่อยู่ในเกาะสีชัง ลักษณะของหาดจะเป็นเว้าโค้งและเว้าโค้ง มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีกระแสน้ำบริเวณรอบ ๆ จึงทำให้งิจกรรมตกปลาได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้หาดถ้ำพังยังมีชายหาดที่มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและเหมาะกับการเล่นน้ำ โดยบริเวณรอบ ๆ ชายหาดจะมีร้านอาหารและบริการต่าง ๆ เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก บริการห้องพัก บริการนวดชายหาด บริการเรือตกปลา เป็นต้น (เทศบาลตำบลเกาะสีชัง, 2563)

ภาพที่ 2.7: หาดถ้ำพัง



ที่มา: Paiduaykan. (2563). เกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก

https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.1.2.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

Pearce (1989 อ้างใน ธรรมชนก เพชรานนท์, 2559) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้บุคคลนั้นต้องการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งใจไว้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) อธิบายไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเกิดจากความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่หนึ่ง โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ค่านิยมของการแสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะทำให้รูปแบบของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป

แสงเดือน รตินธร (2555) ได้สรุปถึงแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยที่แบ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามทฤษฎีจิตวิทยาและสังคมวิทยา มาประยุกต์จะได้ทั้งสิ้น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยหลักซึ่งหมายถึงปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคลและแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูดที่หมายถึงปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นพลังที่ขับให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง และนำมาซึ่งความพึงพอใจในที่สุด

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกของตัวบุคคลที่ส่งผลให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทำให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจส่วนบุคคล แล้วนำมาซึ่งการตัดสินใจท่องเที่ยว

2.1.2.2 ประเภทแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

Dann (1977 อ้างใน วรพงษ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยดึง ดังนี้

1) ปัจจัยหลัก (Push Factor)

Dann (1977 อ้างใน วรพงษ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561) กล่าวว่า ปัจจัยหลักหมายถึง แรงผลักดันไปสู่การตัดสินใจออกไปท่องเที่ยว ปัจจัยหลักจึงสัมพันธ์กับความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการในการหลีกเลี่ยง ความต้องการในการพักผ่อนและผ่อนคลาย เพื่อการผจญภัย เพื่อความภาคภูมิใจของตนเอง เพื่อสุขภาพ เพื่อมีส่วนร่วมในสังคม เป็นต้น ซึ่งพบแรงจูงใจแบบปัจจัยหลัก 2 อย่าง ดังนี้

(1) ปัจจัยด้านความผิดปกติของบุคคล (Anomie) หมายถึง การที่มนุษย์มีความต้องการที่จะหลุดพ้นหรือหลีกเลี่ยงจากความรู้สึกว่างเปล่า การเดินทางท่องเที่ยวจะช่วยตอบสนองได้จากความรู้สึกเหล่านั้น เพราะเป็นการออกไปจากสภาพแวดล้อมที่จำเจไปสู่สถานที่ใหม่ สถานะนี้เองทำให้ตัวนักท่องเที่ยวผลักดันตัวเองให้ออกไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ

(2) ปัจจัยในการเสริมสร้างตนเอง (Ego-enhancement) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งต้องการได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ต้องการยกระดับสถานะทางสังคมหรือสถานะทาง

การเงินของตนเอง โดยสามารถอาศัยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อยกระดับสถานะของตนในสายตาของคนอื่นได้ เช่น การเดินทางไปยังสถานที่หรูหรา เดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว เป็นต้น

2) ปัจจัยดึง (Pull Factor)

Dann (1977 อ้างใน วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561) กล่าวว่า ปัจจัยดึง (Pull Factor) เป็นปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เป็นลักษณะบางประการที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายปลายทาง สิ่งที่จับต้องได้เหล่านี้ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ โดดเด่นและดึงดูดผู้คนได้ เช่น ทรัพยากรทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ชายหาดหรือทะเล ที่พัก เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยดึงยังสามารถกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ได้ โดยปัจจัยดึงนั้นประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- (1) เข้าถึงยังจุดหมายปลายทางได้ง่าย
- (2) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- (3) การประชาสัมพันธ์ของจุดหมายปลายทาง
- (4) สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่น่าสนใจ
- (5) ความสะดวกสบาย อาหาร และผู้คน
- (6) ที่พักและการเดินทาง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า สิ่งที่กระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกของตัวบุคคลที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยหลัก คือ สาเหตุผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว และปัจจัยดึง คือ สิ่งดึงดูดของการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยว

2.1.3.1 ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ อารีย์ นัยพินิจ และ รัฐชญา มณีเนตร (2551) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามแผนงาน โดยประกอบไปด้วยการกำหนดผู้รับผิดชอบแผนงาน การควบคุม การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผล และการรายงานจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้ทำการสรุปเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว เป็นวางแผน กำหนดแนวทาง มาตรการ มีแผนการปฏิบัติที่คำนึงถึงกรอบแนวคิด เพื่อให้การจัดการ

การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีทิศทางและบรรลุเป้าหมาย การจัดการที่ดี ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเกินไป

สรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยว คือ การดำเนินการ หรือการปฏิบัติตามแผนงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวนั้นสามารถบรรลุเป้าหมาย มีประสิทธิภาพ ซึ่งงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้เป็นตัวแปรต้นสำหรับการศึกษาคำนี้

2.1.3.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงความจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จมี โดย Dickman (1996 อ้างใน ตันติกร โคตรชาลี, 2555) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ หรือ 5A ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูด (Attraction) 2) กิจกรรม (Activities) 3) การเข้าถึง (Access) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 5) ที่พัก (Accommodation) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูด (Attraction)

สิ่งดึงดูด หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจจะเป็นสิ่งที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

- 1.1) สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)
- 1.2) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attraction)
- 1.3) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attraction)
- 1.4) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attraction)

2) กิจกรรม (Activities)

กิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ใช่แค่การเดินทางไปท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมทางน้ำ เป็นต้น

3) การเข้าถึง (Access)

การเข้าถึง หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย การขนส่ง การเชื่อมโยงของการคมนาคม คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่การท่องเที่ยว การที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความสะดวกในการเดินทาง สามารถ

เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ดังนั้นแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเยี่ยมชม จึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว มีดังนี้

- 3.1) เทียบบิน
- 3.2) การตรวจคนเข้าเมือง
- 3.3) รถโดยสารสาธารณะ
- 3.4) สภาพถนนหนทาง

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นี้จะให้นักท่องเที่ยวความประทับใจ โดยมีความเกี่ยวข้องกับระบบสาธารณูปโภคในสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับความสะดวก ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นจึงมีดังนี้

- 4.1) ร้านอาหาร
- 4.2) ร้านสะดวกซื้อ
- 4.3) ร้านขายของที่ระลึก
- 4.4) บริษัทบริการการท่องเที่ยว
- 4.5) ตู้เอทีเอ็ม
- 4.6) ระบบสาธารณูปโภค
- 4.7) สถานีตำรวจ
- 4.8) โรงพยาบาล

5) ที่พัก (Accommodation)

ที่พัก หมายถึง สถานที่พักแรมสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ แก่ผู้ที่มาพัก ขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

- 5.1) โรงแรม
- 5.2) รีสอร์ท
- 5.3) บังกะโล
- 5.4) เกสต์เฮ้าส์
- 5.5) อพาร์ทเมนท์

พยอม ธรรมบุตร (2549) แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ออกเป็น 5

ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ประกอบด้วย การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม เป็นต้น บริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก ทางน้ำ เป็นต้น มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

2) ที่พักแรม (Accommodation) ที่ต้องการค้างแรมของประเภทของที่พักต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการให้กับนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะมีราคาและระดับการบริการที่ต่างกัน

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) จัดเป็นส่วนสำคัญที่สุดสำหรับการเดินทาง ที่มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น สวยงาม และมีความสำคัญในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการ เช่น การพายเรือ การดำน้ำดูปะการัง เดินป่า ดูนก กิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้า การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

5) บริการอื่น ๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จ ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และที่พักแรม (Accommodation)

จากการศึกษาเรื่องการจัดการด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า เป็นการบริหารจัดการเพื่อกำหนดขอบเขตในด้านการบริการจัดการการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับประโยชน์ในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว และเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมเดิม และรวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักแรม โดยงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากความแตกต่างของประชากรในแต่ละด้าน จะทำให้เกิดจุดประสงค์และเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถศึกษาได้จากทฤษฎีเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ที่ว่าด้วยการศึกษาในด้านของประชากร ดังนี้

ศิริพันธ์ ถาวรทวิงษ์ (2543) ระบุว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษาพูด การศึกษา เศรษฐกิจ สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ทั้งนี้จากผลการศึกษาของ ทักษิณา คุณารักษ์ (2544) ยังพบว่า เพศหญิงมักจะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ในการเลือกที่พักจะเลือกพักเป็นประเภทรีสอร์ทมากกว่า สอดคล้องผลการศึกษาของ Ryan and Cliff (1997 อ้างถึง ทักษิณา คุณารักษ์, 2544) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญกับการซื้อบริการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์จะใช้เป็นข้อมูลในการแบ่งส่วนตลาด ประกอบด้วย

1) เพศ (Sex) โดยเพศหญิงและเพศชาย มักจะมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรม เช่น เพศชาย มักจะชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบของการผจญภัย (ปีนเขา ดำน้ำ ใต้หน้าผา) เพศหญิง มักจะชอบ การท่องเที่ยวในรูปแบบธรรมชาติ มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียบง่าย

2) อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม เช่น ในกลุ่มวัยรุ่น มักจะมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ ไปกับเพื่อนฝูง เน้นสนุกสนาน ใช้จ่ายเต็มที่ แต่เมื่ออายุเริ่มมากขึ้น เข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ความชอบมักจะเปลี่ยนไปเป็นชอบท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว หรือท่องเที่ยวแบบครอบครัว ไปเที่ยวแบบสบาย ๆ เน้นธรรมชาติ และความเรียบง่าย ใช้จ่ายแบบเหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด

3) ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงส่งผลให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยว และมักเลือกการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีคุณภาพสูงมากกว่านักท่องเที่ยวที่การศึกษาที่ต่ำกว่า เช่น กลุ่มคนที่ศึกษาในระดับสูงมักจะมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มคนที่ศึกษาในระดับที่น้อยกว่า

4) อาชีพ (Occupation) ผู้ที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน จะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น เจ้าของธุรกิจมักจะมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่ทำงานประจำ

5) รายได้ (Income) รายได้ของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการหาข้อมูล ทั้งนี้การเสาะแสวงหาข้อมูลย่อมมีค่าใช้จ่ายทำให้ผู้มีรายได้น้อยไม่นิยมทำการเสาะแสวงหาข้อมูล เป็นเหตุ

ให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่ต่างกันซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์จะทำให้ทราบความแตกต่างของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มาใช้ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการการท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

เบญจวรรณ ขวัญมา (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่า (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA หรือ f-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พัก 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทางด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวลง Social media ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ต้องการสัมผัสบรรยากาศเก่า ๆ ระลึกถึงอดีต เพื่อท่องเที่ยวชมสถาปัตยกรรมของตลาดโก้งโค้งต้องการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ต้องการชมการแสดงพื้นบ้านของคนในชุมชนตลาดโก้งโค้งเพื่อชมการสาธิตการประกอบอาหารพื้นบ้าน และเพื่อสัมผัสบรรยากาศการซื้อขายสินค้าแบบโก้งโค้ง

จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง (2561) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อให้ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ independent sample t-test, one-way ANOVA ด้วยโปรแกรม SPSS ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่เดินทางมา มีแรงจูงใจในการเดินทางมาแตกต่างกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางที่มีอายุมากและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงมีระดับแรงจูงใจที่จะเดินทางมาที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปานกลาง และมีแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เกิดจากแรงจูงใจในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ชนกกานต์ สิทธิรักษ์ (2561) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอขนอมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างสถานที่เดินทางมาเที่ยวมากกว่า ๆ ครั้ง ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-square test ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ภูมิลำเนาเดิมเป็นคนภาคใต้ ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอขนอม ก่อนหน้านั้นมากกว่า 2 ครั้ง วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาอำเภอขนอมในครั้งนี้เพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน และถ่ายรูปสถานที่ที่ดึงดูดให้มาเที่ยวอำเภอขนอมมากที่สุดคือ อ่าวขนอม โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวคือ ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด คือความอยากไปเที่ยวเป็นแรงผลักดันและเป็นเหตุผลของการไปเที่ยว เช่นมีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่ตนยังไม่รู้ เช่น เพื่อเก็บข้อมูลไปถ่ายทอดต่อ เพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ หรือเพื่อความพึงพอใจส่วนตัว เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อไปทำบุญ เพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ เพื่อธุรกิจ และเพื่อแข่งขันกีฬา เป็นต้น และมีปัจจัยที่จะทำให้ตัวบุคคลเลือกที่จะไปยังสถานที่นั้น โดยเป็น

การท่องเที่ยวในเชิงต่าง ๆ เช่น เจริญวัฒนธรรม เจริญกายภาพ หรือภูมิประเทศ ชมธรรมชาติ โดยมีองค์ประกอบ คือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เดิม ความงาม ผลผลิตภัณฑหรือของที่ระลึก และความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นต้น

อรัญญา เกรียงไกรโชค (2561) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้หญิงชาวไทยในประเทศไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยหรือมีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปยังประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองรวมถึงเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทำธุรกิจ แต่ไม่รวมการเดินทางไปศึกษาต่อ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 โดยที่แรงจูงใจรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.42 และระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.18 ด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านอารมณ์ ความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านสถานภาพ ชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.78 และด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปผลการวิจัย ผู้หญิงชาวไทยมีแรงจูงใจโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังอยู่ในระดับมาก โดยมีแรงจูงใจด้านกายภาพระดับมากที่สุด แต่มีแรงจูงใจด้านอื่นระดับมาก โดยที่ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกัน

อาทิตย์ ศรีวิชัย (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาเที่ยวเกาะ ทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบาง สะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป ท่องเที่ยวในเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาในรายด้านพบว่า ที่มาเป็นลำดับแรก ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activiteis) รองลงมาได้แก่ ด้าน สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านที่พัก (Accommodations) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการเข้าถึง (Access) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ตามลำดับ 2) ผลการวิจัยปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางไปท่องเที่ยวในเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านที่มาลำดับแรก ได้แก่ การขายโดยใช้ไกด์ รองลงมา ได้แก่ การตลาดทางตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และ ด้านการส่งเสริมการ ขาย ตามลำดับ 3) ผลการวิจัยในด้านของการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป ท่องเที่ยวในเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านที่มาลำดับแรก ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ ปัญหาหรือความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ 4) ปัจจัย ได้แก่ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และ การตลาดทางตรง มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ณภัค เพชรวิสัย (2560) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์ในการ วิจัยเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการเดินทาง มาท่องเที่ยว ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ วิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด ผลการวิจัย พบว่าจากการนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 21-30 ปี โดยประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000-30,000 บาท อาศัยอยู่ในภูมิภาค กลางอื่นๆที่ไม่ใช่จังหวัดกรุงเทพฯ พบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดล้วนแต่เป็นการได้ พาทครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยวเพื่อหาความสนุกในการผจญภัยในสิ่งแปลกใหม่ มาสัมผัสกับ

ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่รัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องหาวิธีในการสร้างแรงจูงใจผลักดันหรือประสบการณ์ที่มีความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อผลักดันให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ธรรณชนก เพชรานนท์ (2559) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่เขตพื้นที่ชายแดน จังหวัดเชียงราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์องค์ประกอบในการสกัดตัวแปรปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่าจากการสำรวจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย จากองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดประกอบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำหรือสภาวะแวดล้อมเดิม เป็นปัจจัยหลัก และปัจจัยที่เป็นปัจจัยรองลงมา คือปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันด้านความต้องการในการสำรวจสิ่งแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความตื่นเต้น และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนศักยภาพและการให้บริการ การท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดและนักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทาง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลว่าชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจะมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการสอดแทรกกิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การประกอบอาชีพ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลาย และการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนกับธรรมชาติด้วยการบริหารจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน เนื่องจากจะได้ลดปัญหาความไม่เพียงพอต่อที่พักในช่วงเทศกาลและความไม่สะดวกในการเดินทางออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปยังที่พักที่อยู่ห่างไกลออกไป

ธารา สุขศิริ (2559) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน และเพศชาย จำนวน 165 คน มีอายุระหว่าง 15-25 ปี การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เดินทางมา

ท่องเที่ยวยังอำเภอพิมาย มากที่สุด และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มากที่สุดคือ ด้านชมสถานที่ที่มีชื่อเสียง เยี่ยมชมสถาปัตยกรรม และชมความสวยงามของปราสาทหินพิมาย ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คนในชุมชนรวมไปถึงการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานร่วมกันและตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรหลักในด้านการท่องเที่ยวแห่งนี้ และให้การประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

มาศศุภา นิมนบุญจาช (2558) ได้ศึกษาถึงการศึกษาของค้ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันนอกแก้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาของค้ประกอบทางการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันนอกแก้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันนอกแก้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) จำนวน 395 ราย และชาวบ้านในเขตพื้นที่ตำบลปรังเผล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 350 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรม โดยรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสม เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสถานที่จอดรถเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับถัดมา คือ ด้านที่พักโดยสถานที่ตั้งของที่พักมีความสะอาด และมีความปลอดภัย เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ด้านเส้นทางคมนาคม โดยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ และมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวกมีความสำคัญมากที่สุด ด้านการบริการการท่องเที่ยวโดยผ่านพบข้อมูลมีคุณภาพ,ความชัดเจนและเนื้อหาครบถ้วนมีความสำคัญมากที่สุด และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยจุดชมวิว มีความสำคัญมากที่สุด

เจนจิรา บรรจงนิค (2555) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ที่จังหวัดน่าน ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นช่วงวัยทำงานถึงช่วงวัยสูงอายุผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นช่วงวัยทำงานจนถึงวัยสูงอายุ เนื่องจากการท่องเที่ยว ที่จังหวัดน่านมีรูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์นิยม เน้นในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

มาเที่ยว ที่จังหวัดน่าน คือแรงกระตุ้นจากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องของการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน คือสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากกว่าสมัยก่อน และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวกับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์นั้นมีผลต่อการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และได้ศึกษาถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูด กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมาประกอบในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้

2.2 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

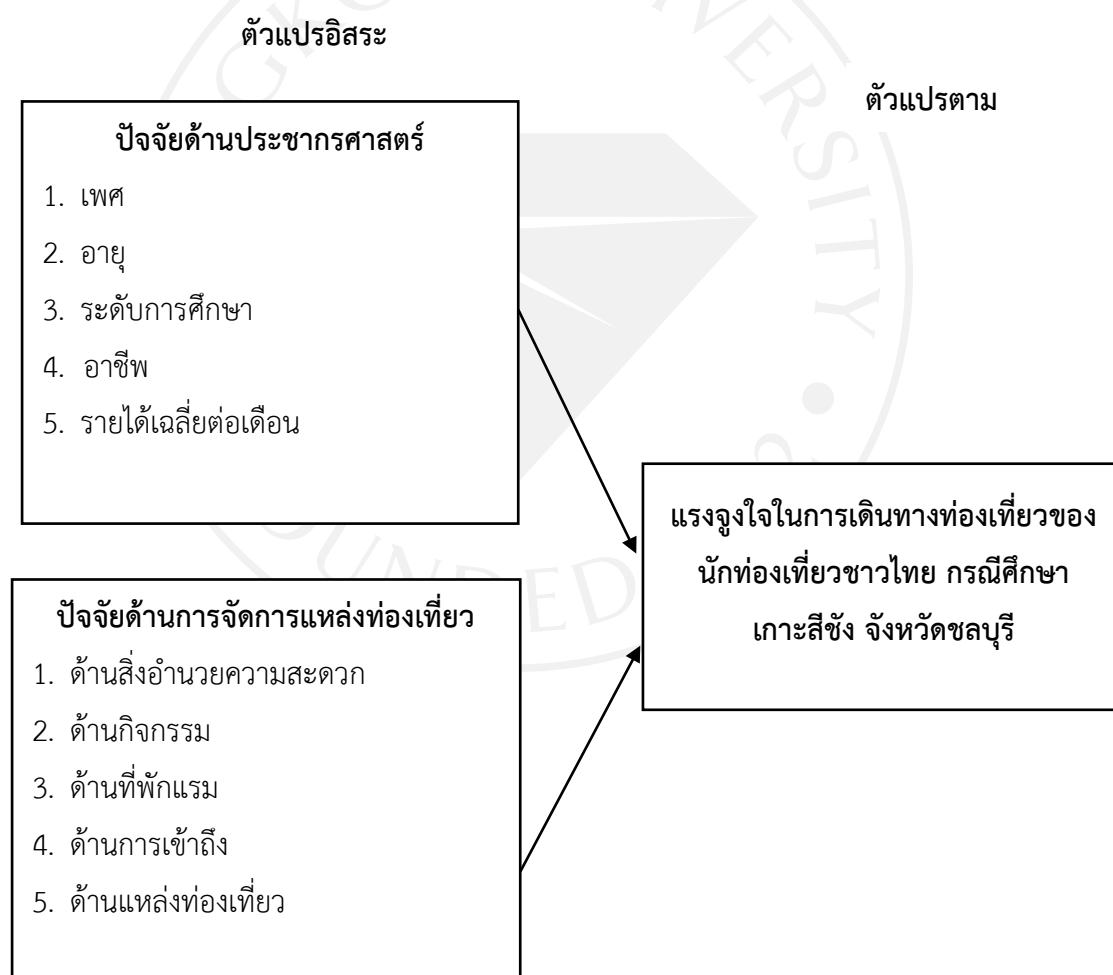
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

- การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- การจัดการด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- การจัดการด้านที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

- การจัดการด้านการเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

2.3 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย คำถามในการวิจัยและสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.8: กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวม
ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 ถึง 31 มกราคม 2564 ผู้วิจัยทำการ
กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่
แน่นอนของ Cohen (1997) โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.2 ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้าง
จากสูตรของ Cohen (Buchner, 2010; Erdfelder, 1996 และ นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) โดยการ
กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

3.2.2.1 การวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent
Variable) คือ ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนที่ส่งผลถึงตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งกำหนดค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ได้ดังนี้

f^2 คือ ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เป็นค่าสถิติที่ใช้บอกขนาดความต่าง เมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ = 0.25

α คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ (Level of Significant) หรือความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบ (Error Probability) โดยกำหนดที่ระดับ 0.05 (=0.05) เท่ากับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

1- β คือ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test) โดยกำหนดให้ผลต่างของความผิดพลาดเท่ากับ 0.05 และความน่าจะเป็นในการตัดสินใจที่ถูกต้อง = 0.95

Number of Predictors คือ จำนวนตัวแปรทำนาย = 5

จากผลการคำนวณ ผลที่ได้คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 324 ตัวอย่าง

3.2.2.2 การวิเคราะห์ด้วยวิธีสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ การจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม ที่พักผ่อน การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลถึงตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งกำหนดค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ได้ดังนี้

f^2 คือ ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เป็นค่าสถิติที่ใช้บอกขนาดความต่าง เมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ = 0.25

α คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ (Level of Significant) หรือความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบ (Error Probability) โดยกำหนดที่ระดับ 0.05 (=0.05) เท่ากับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

1- β คือ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test) โดยกำหนดให้ผลต่างของความผิดพลาดเท่ากับ 0.05 และความน่าจะเป็นในการตัดสินใจที่ถูกต้อง = 0.95

Number of Predictors คือ จำนวนตัวแปรทำนาย = 5

จากผลการคำนวณ ผลที่ได้คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 138 ตัวอย่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบการคำนวณ ทั้ง 2 สถิติ พบว่า การวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA มีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าการวิเคราะห์ด้วยวิธีสมการถดถอยแบบพหุคูณ ดังนั้นขนาดของกลุ่มที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเท่ากับ 324 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความผิดพลาดในกรณีตอบคำถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 350 ตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน งานวิจัยนี้จึงใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยพยายามเก็บตัวอย่างเท่าที่จะทำได้ตามที่มีอยู่หรือที่ได้รับความร่วมมือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) โดยเลือกสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักบนเกาะสีชัง ได้แก่ พระจุฬาราชูราชฐาน สะพานอัษฎางค์ วัดอัษฎางค์นิมิตร ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ช่องเขาขาด และหาดถ้ำพัง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดตามทฤษฎี สำหรับงานวิจัยนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่เหมาะสม และทำเครื่องหมายในข้อความหรือตัวเลือกที่กำหนด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 24 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่เหมาะสม และทำเครื่องหมายในข้อความที่กำหนด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีจำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่เหมาะสม และทำเครื่องหมายในข้อความที่กำหนด

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ใช้แบบสอบถามมาตราส่วน (Rating Scale Question) ซึ่งเป็นการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	คะแนนเท่ากับ	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	คะแนนเท่ากับ	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1 คะแนน

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นค่าเฉลี่ยระดับของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี สามารถแปลผลในระดับความคิดเห็น/ความสำคัญได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 - 5.00	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีระดับความคิดเห็นมาก
2.61 - 3.40	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81 - 2.60	มีระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 - 1.80	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.4 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมรกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ศึกษาค้นคว้าจากตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.4.2 นำโครงร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมกับเนื้อหาในเบื้องต้น

3.4.3 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้สูตรการหาค่าความเที่ยงตรงดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การกำหนดคะแนนของผู้เชี่ยวชาญอาจจะเป็น +1 หรือ 0 หรือ -1 ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าแบบสอบถามข้อนั้นตรงกับวัตถุประสงค์เรื่องแรงจูงใจที่ระบุไว้

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าแบบสอบถามข้อนั้นตรงกับวัตถุประสงค์เรื่องแรงจูงใจที่ระบุไว้

-1 หมายถึง แน่ใจว่าแบบสอบถามข้อนั้นไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของแรงจูงใจที่ระบุไว้

ทั้งนี้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Striener & Norman, 1995) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ค่าความเที่ยงตรงมีค่าตั้งแต่ 0.67 – 1.00

3.4.4 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ต้องการจะศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย และนำข้อมูลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Conbach ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2550) ในการศึกษานี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

3.4.5 นำข้อมูลที่แก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วมาจัดพิมพ์ เพื่อเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 350 ชุด โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในสถานที่ท่องเที่ยว 6 แห่ง ได้แก่ พระจุฑาธุชราชฐาน สะพานอัมรินทร์ วัดอัมรินทร์นิมิตร ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ซ่องเขาขาด และหาดถ้ำพัง ในระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2563

3.5.2 ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัส (Code) แล้ว มาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package of Social Science: SPSS)

3.6 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวน 5 ข้อ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 24 ข้อ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.6.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยหลัก และปัจจัยดึง จำนวน 20 ข้อ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

3.6.2.1 ค่าสถิติ t-test และ One-Way ANOVA เป็นการใช้ในการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี หากมีระดับเท่ากับ หรือ น้อยกว่า 0.05 ถือว่ามีนัยสำคัญทางสถิติและยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6.2.3 ค่าสถิติทดสอบความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการใช้ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้แก่

- 1) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 2) การจัดการด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 3) การจัดการด้านที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 4) การจัดการด้านการเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 5) การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานหากพบว่าการจัดการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี หากมีระดับเท่ากับหรือน้อยกว่า 0.05 ถือว่ามีนัยสำคัญทางสถิติและยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลที่ได้จากการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
- 4.4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
mean	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์หรือประสิทธิภาพในการทำนาย
Adj. R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่มีการปรับแก้ให้เหมาะสมหรือประสิทธิภาพในการทำนายที่มีการปรับแก้ให้เหมาะสม
p	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิจัยนำเสนอในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ตัวแปร	ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	195	55.71
	หญิง	155	44.29
	รวม	350	100.00
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	46	13.14
	21-30 ปี	115	32.86
	31-40 ปี	13	3.71
	41-50 ปี	62	17.71
	51-60 ปี	12	3.43
	มากกว่า 60 ปี	2	0.57
	รวม	350	100.00
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	189	54.00
	ปริญญาตรี	115	32.86
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	13.14
	รวม	350	100.00
อาชีพ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระค้าขาย	93	26.57
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	64	18.29
	รับจ้างทั่วไป	64	18.29
	พนักงานบริษัทเอกชน	62	17.71
	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	10.86
	อื่น ๆ	18	5.14
	พ่อบ้าน แม่บ้าน	11	3.14
	รวม	350	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์

ตัวแปร	ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	156	44.57
	15,001-25,000 บาท	105	30.00
	25,001-35,000 บาท	38	10.86
	35,001-45,000 บาท	22	6.29
	45,001-55,000 บาท	11	3.14
	55,001 บาทขึ้นไป	18	5.14
	รวม	350	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ จำแนกตามตัวแปรดังนี้

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.71 และเพศหญิง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 44.29 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.71 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.14 ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.29 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.43 และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 32.86 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.14 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.57 รองลงมาคือ นักเรียน นิสิต นักศึกษาและรับจ้างทั่วไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 18.29 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.71 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.14 และพ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.14 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 44.57 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 38 คน

คิดเป็นร้อยละ 10.86 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.14 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.14 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 24 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยได้ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิจัยนำเสนอในตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1. จำนวนห้องน้ำสาธารณะเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.27	0.99	ปานกลาง
2. จำนวนถังขยะในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ	3.32	0.84	ปานกลาง
3. พื้นที่จอดเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.41	0.84	มาก
4. พื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.65	0.95	มาก
5. ร้านขายของที่ระลึกร้านอาหาร และร้านขายเครื่องดื่ม มีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.58	0.86	มาก
ด้านกิจกรรม			
1. ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ ซิปไลน์	3.46	0.84	มาก
2. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ	3.47	0.80	มาก
3. จำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.42	0.87	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง	Mean	S.D.	แปลผล
4. กิจกรรมที่จัดขึ้นทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.31	0.88	ปานกลาง
5. ได้รับความรู้ระหว่างดำเนินกิจกรรม เช่น การดำน้ำ	3.31	0.88	ปานกลาง
ด้านที่พักแรม			
1. ที่พักมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.62	0.82	มาก
2. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม	3.54	0.79	มาก
3. ห้องพักมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	3.62	0.90	มาก
4. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงที่พัก	3.59	0.78	มาก
ด้านการเข้าถึง			
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังเกาะสีชัง เช่น ทางเรือ	3.59	0.83	มาก
2. เวลาที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่นานเกินไป	3.38	0.84	ปานกลาง
3. เรือบริการข้ามฝากมีความปลอดภัย	3.57	0.90	มาก
4. ป้ายบอกทางในการเดินทางมีความชัดเจน	3.47	0.94	มาก
5. ค่าบริการเรือข้ามฝาก รถโดยสาร และรถเช่าภายในเกาะมีความเหมาะสม	3.67	0.84	มาก
ด้านแหล่งท่องเที่ยว			
1. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นอย่างดี	3.57	0.91	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการที่นำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้เป็นอย่างดี	3.59	0.84	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความสะอาดอย่างมีประสิทธิภาพ	3.46	0.96	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง	Mean	S.D.	แปลผล
4. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ	3.56	0.83	มาก
5. มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน	3.54	0.89	มาก
การจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง			
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.45	0.90	มาก
2. ด้านกิจกรรม	3.39	0.85	ปานกลาง
3. ด้านที่พักแรม	3.59	0.82	มาก
4. ด้านการเข้าถึง	3.54	0.87	มาก
5. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.54	0.89	มาก
รวม	3.50	0.87	มาก

หมายเหตุ การแปลความหมาย ระดับความคิดเห็น = 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด = 1.81 – 2.60 ระดับความคิดเห็นน้อย = 2.61 – 3.40 ระดับความคิดเห็นปานกลาง = 3.41 – 4.20 ระดับความความคิดเห็นมาก = 4.21 - 5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.45) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า พื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.65) รองลงมาคือ ร้านขายของที่ระลึกร้านอาหาร และร้านขายเครื่องดื่ม มีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.58) พื้นที่จอดเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.41) จำนวนถังขยะในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ (Mean = 3.32) และจำนวนห้องน้ำสาธารณะเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (Mean = 3.27) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.39) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.47) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ ซี่จักกรยาน (Mean = 3.46) จำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว (Mean = 3.42) และกิจกรรมที่จัดขึ้นทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และได้รับความรู้ระหว่างดำเนินกิจกรรม เช่น การดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (Mean = 3.31) ตามลำดับ

ด้านที่พักแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.59) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ที่พักมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว และห้องพักมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดทั้ง 2 ข้อ รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงที่พัก (Mean = 3.59) และราคาของที่พักมีความเหมาะสม (Mean = 3.54) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.54) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ค่าบริการเรือข้ามฟาก รถโดยสาร และรถเช่า ภายในเกาะมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.67) รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางมายังเกาะสีชัง เช่น ทางเรือ (Mean = 3.59) เรือบริการข้ามฟากมีความปลอดภัย (Mean = 3.57) ป้ายบอกทางในการเดินทางมีความชัดเจน (Mean = 3.47) และเวลาที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่นานเกินไป (Mean = 3.38) ตามลำดับ

ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.54) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการที่นำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.59) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นอย่างดี (Mean = 3.57) แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Mean = 3.56) มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน (Mean = 3.54) และแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความสะอาดอย่างมีประสิทธิภาพ (Mean = 3.46) ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.50) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ด้านที่พักแรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.59) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงและแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.54) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Mean = 3.45) และด้านกิจกรรม (Mean = 3.39) ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิจัยนำเสนอในตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยผลึก			
1. ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลาย ความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ	3.99	0.88	มาก
2. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจใน ชีวิตประจำวัน	3.80	0.88	มาก
3. ต้องการพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.65	1.02	มาก
4. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสามัคคีของ ครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.63	0.94	มาก
5. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ	3.80	0.97	มาก
6. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยน ความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ	3.40	0.98	ปานกลาง
7. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	3.59	0.95	มาก
8. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบเจอวัฒนธรรมใหม่ ๆ	3.53	0.94	มาก
9. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุมงาน	3.01	1.06	ปานกลาง
10. ต้องการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง	3.44	0.89	ปานกลาง
ปัจจัยดึง			
11. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.57	0.89	มาก
12. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.69	0.90	มาก
13. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.41	0.93	มาก
14. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดขึ้นในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.65	0.93	มาก
15. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.57	0.87	มาก
16. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและ ทรัพย์สิน	3.65	0.90	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.71	0.85	มาก
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.66	0.88	มาก
19. มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	3.53	0.97	มาก
20. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดและน่าสนใจ	3.27	0.94	ปานกลาง
แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว			
1. ปัจจัยหลัก	3.58	0.95	มาก
2. ปัจจัยดิ่ง	3.57	0.91	มาก
รวม	3.58	0.93	มาก

หมายเหตุ การแปลความหมาย ระดับความคิดเห็น = 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด = 1.81 – 2.60
ระดับความคิดเห็นน้อย = 2.61 – 3.40 ระดับความคิดเห็นปานกลาง = 3.41 – 4.20 ระดับความความคิดเห็นมาก
= 4.21 - 5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านต่างๆ พบว่า ด้านปัจจัยหลัก โดยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.58) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.99) รองลงมาคือ ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน (Mean = 3.80) ต้องการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ (Mean = 3.80) และต้องการพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว (Mean = 3.65) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ต้องการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุมงาน (Mean = 3.01) รองลงมาได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ (Mean = 3.40) และต้องการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง (Mean = 3.44) ตามลำดับ

ด้านปัจจัยดิ่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.57) เมื่อพิจารณาจากการหาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.71) รองลงมาคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.69) และความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการ

ท่องเที่ยว (Mean = 3.66) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดและน่าสนใจ (Mean = 3.27) รองลงมาได้แก่ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.41) และมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก (Mean = 3.53) ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะเชิงประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสถิติ	p
เพศ	ชาย	3.58	0.589	t = -0.059 Levene's test = 0.945	0.332
	หญิง	3.58	0.612		

$P \leq 0.05$

การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีด้านความแตกต่างทางเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีเท่ากับ 3.58 เมื่อทดสอบความแตกต่างกับ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (t = -0.059, p = 0.332)

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p	Post Hoc
อายุ	1. ≤ 20 ปี	3.25	0.298	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	9.274	5	1.855	5.518	0.000	1<2
	2. 21-30 ปี	3.59	0.577		115.622	344	0.336			1<3
	3. 31-40 ปี	3.76	0.651		124.896	349				1<4
	4. 41-50 ปี	3.48	0.630				2<3			
	5. 51-60 ปี	3.53	0.429				3>4			
	6. > 60 ปี	3.55	0.000							

$P \leq 0.05$

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในประเด็นความเท่ากันของความแปรปรวนระหว่างกลุ่มพบว่า ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Levene's test = 9.411, $p = 0.000$) การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ 21-30 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 อายุมากกว่า 60 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อายุ 51-60 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 อายุ 41-50 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 เมื่อทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นจึงทำการการเปรียบเทียบรายหลัง (Post Hoc) ด้วยสถิติ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p	Post Hoc
ระดับการศึกษา	1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.48	0.519	ระหว่างกลุ่ม	4.274	2	2.137	6.147	0.002	1<2 1<3
	2. ปริญญาตรี	3.71	0.709	ภายในกลุ่ม	120.623	347	0.348			
	3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.67	0.534	รวม	124.896	349				

$P \leq 0.05$

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในประเด็นความเท่ากันของความแปรปรวนระหว่างกลุ่มพบว่า ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Levene's test = 15.000, $p = 0.002$) การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นจึงทำการการเปรียบเทียบรายหลัง (Post Hoc) ด้วยสถิติ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p	Post Hoc
อาชีพ	1. นักเรียน	3.44	0.438	ระหว่างกลุ่ม	13.030	6	2.172	6.659	0.000	1<2
	นิสิต			ภายในกลุ่ม	111.866	343	0.326			1<3
	นักศึกษา			รวม	124.896	349				1>5
	2. ข้าราชการ	3.96	0.491							2>3
	พนักงาน									2>4
	รัฐวิสาหกิจ									2>5
	3. พนักงาน									2>6
บริษัทเอกชน	3.70	0.649					2>7			
4. ประกอบ								3>5		
ธุรกิจส่วนตัว	3.62	0.602						3>6		
อาชีพอิสระ									3>7	
ค้าขาย									4>5	
5. พ่อบ้าน									5<6	
แม่บ้าน										
6. รับจ้าง	3.01	0.218								
ทั่วไป										
7. อื่น ๆ	3.45	0.677								
		3.44	0.381							

$P \leq 0.05$

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในประเด็นความเท่ากันของความแปรปรวนระหว่างกลุ่มพบว่า ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Levene's test = 5.602, p = 0.000) การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มี

อาชีพต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระค้าขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อาชีพรับจ้างทั่วไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 อาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษาและอาชีพอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 เมื่อทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นจึงทำการการเปรียบเทียบรายหลัง (Post Hoc) ด้วยสถิติ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย และพ่อบ้าน แม่บ้าน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน รับจ้างทั่วไปและ อื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p	Post Hoc
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.36	0.522	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	13.725	5	2.745	8.494	0.000	1<2
	2. 15,001-25,000 บาท	3.78	0.614		111.172	344	0.323			1<3
	3. 25,001-35,000 บาท	3.74	0.559		124.896	349				1<4
	4. 35,001-45,000 บาท	3.70	0.547							1<5
	5. 45,001-55,000 บาท	3.76	0.500							1<6
	6. 55,001 บาทขึ้นไป	3.70	0.739							

$P \leq 0.05$

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในประเด็นความเท่ากันของความแปรปรวนระหว่างกลุ่มพบว่า ความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Levene's test = 1.641, $p = 0.000$) การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ รายได้ 45,001-55,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รายได้ 25,001-35,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รายได้ 35,001-45,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อทดสอบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง

จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงทำการการเปรียบเทียบรายหลัง (Post Hoc) ด้วยสถิติ LSD พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท 35,001-45,000 บาท 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.9: ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	B	S.E.	Beta	t	p
ค่าคงที่	0.610	0.139		4.398	0.000
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.109	0.046	0.110	2.381*	0.018
กิจกรรม	0.099	0.045	0.102	2.214*	0.027
ที่พักแรม	0.101	0.052	0.106	1.932	0.054
การเข้าถึง	0.139	0.051	0.147	2.745*	0.006
แหล่งท่องเที่ยว	0.395	0.043	0.451	9.234*	0.000

$r = 0.779$, Adj. $r^2 = 0.602$, $F = 106.431$, $p = 0.000$ * มี $p < .05$

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ องค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 60.2 เมื่อพิจารณาจากค่า Beta พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีน้ำหนักมากที่สุดคือ 0.451 ด้านการเข้าถึง มีน้ำหนักเท่ากับ 0.147 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีน้ำหนักเท่ากับ 0.110 และด้านกิจกรรม มีน้ำหนักเท่ากับ 0.102 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ถ้าองค์ประกอบของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น จะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีเพิ่มมากขึ้นไปตามไปด้วย และจากผลดังกล่าว สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\text{ปัจจัยแรงจูงใจ} = 0.610 + 0.109 \text{ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.099 \text{ ด้านกิจกรรม} + 0.101 \text{ ด้านที่พักแรม}^{\text{ns}} + 0.139 \text{ ด้านการเข้าถึง} + 0.395 \text{ ด้านแหล่งท่องเที่ยว}$$

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสรุปได้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10: แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน	ยอมรับ

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	
สมมติฐานที่ 2.1 การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.2 การจัดการด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.3 การจัดการด้านที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.4 การจัดการด้านการเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.5 การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ

จากตารางที่ 4.10 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P \leq 0.05$) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน และปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง และด้านแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P \leq 0.05$) ส่วนปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พักแรม ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยมาทำการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป โดยแบ่งเนื้อหา ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้
- 5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายัง เกาะสีชัง

ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค่าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

5.1.2 ปัจจัยองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า พื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึกร้านอาหาร และร้านขายเครื่องดื่ม มีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว และพื้นที่จอดเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า จำนวนห้องน้ำ สาธารณะเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรม ที่จัดให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ ซี่จักรยาน และจำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า กิจกรรมที่จัดขึ้นทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และได้รับความรู้ระหว่างดำเนินกิจกรรม เช่น การดำน้ำมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พักแรม พบว่า ที่พักมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว และห้องพักรับความสะดวก ถูกสุขอนามัย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ สะดวกสบายในการเข้าถึงที่พัก ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า ราคาของที่พักมีความเหมาะสมมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง พบว่า ค่าบริการเรือข้ามฟาก รถโดยสาร และรถเช่า ภายในเกาะมีความเหมาะสม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมายังเกาะสีชัง เช่น ทางเรือ และเรือบริการข้ามฟากมีความปลอดภัย ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า เวลาที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่นานเกินไป มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นอย่างดี และแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

5.1.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านปัจจัยหลัก พบว่า ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน และต้องการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า ต้องการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุมงาน มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้านปัจจัยรอง พบว่า ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

- 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน
- 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน
- 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

- 1) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 2) การจัดการด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 3) การจัดการด้านที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 4) การจัดการด้านการเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- 5) การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็น

ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเกาะสีชังมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ วัยทำงาน หรือวัยเรียน รวมไปถึงระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกัน จึงทำให้ความแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามลักษณะส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของอรรณูญา เกรียงไกรโชค (2561) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย พบว่าตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างก็มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเหมือนกัน อาจเกิดจากแรงจูงใจภายในบุคคล หรือแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะสีชัง สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง (2561) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันทางด้านเพศมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

5.2.2 ปัจจัยองค์ประกอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง พบว่า ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวภาพรวม พบว่า ด้านที่พักแรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงและแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม ตามลำดับ จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าที่พักในเกาะสีชังส่วนใหญ่เน้นเป็นการท่องเที่ยวแบบต้องพักค้างคืน จำเป็นต้องใช้บริการเกี่ยวกับที่พัก ซึ่งที่พักในเกาะสีชังนั้นมีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และยังอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของมาศสุภา นิยมบุญจาช (2558) ได้ศึกษาถึงการศึกษาร่องรอยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันนอกแก้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านเส้นทางคมนาคม ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีจากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเกาะสีชังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมีการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย การเดินทางมายังเกาะสีชังมีความปลอดภัย ปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนกกานต์ สิทธิรักษ์ (2561) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอขนอมจังหวัดนครศรีธรรมราช

พบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวคือ ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด คือความอยากไปเที่ยวเป็น แรงผลักดันและเป็นเหตุผลของการไปเที่ยว เช่นมีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่ตนยังไม่รู้ เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อไปทำบุญ เพื่อสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ เพื่อแข่งขันกีฬา เป็นต้น และมีปัจจัยที่จะทำ ให้ตัวบุคคลเลือกที่จะไปยังสถานที่นั้น คือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ ความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นต้น

ส่วนที่พักแรมไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีจากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเดินทางมาเกาะสีชังส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวต้องมาค้างคืน ซึ่งที่พักในเกาะสีชังมีความหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ แต่ละแห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจใน การเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของอาทิศย์ ศรีวิชัย (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านที่พักไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเกาะทะเล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.2.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสี ชัง จังหวัดชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีด้านปัจจัยหลัก และด้านปัจจัยดึง อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ด้านปัจจัยหลัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเดินทางมาเกาะสีชังเพราะต้องการท่องเที่ยวพักผ่อน หย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็น ว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชังนั้นเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ขวัญมา (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัย หลัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

ส่วนด้านปัจจัยดึง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะสีชังเพราะว่าเกาะสีชังมีความ ปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการความ สบายใจ ความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยว และเห็นว่าเกาะสีชังมีความปลอดภัยต่อการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของชนกานต์ สิทธิรักษ์ (2561) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอนอมจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย ในการเดินทางเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกที่จะไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงกายภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.3.1 จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านที่พัก ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่พักในการจัดทัศนียภาพ มีการตกแต่งที่พักให้สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนมากขึ้น

5.3.2 จากผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในชุมชน จึงควรปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมเล่นเรือใบ กิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมการศึกษาเส้นทางธรรมชาติรอบเกาะสีชัง กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง ปลูกปะการัง โดยมีการอบรมให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 เนื่องจากการศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2563 ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวนน้อย ดังนั้นการศึกษารoundต่อไปควรทำการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน เนื่องจากมีวันหยุดยาวจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเกาะสีชังจำนวนมาก

5.4.2 การวิจัยครั้งต่อไปนี้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดชลบุรี เช่น เกาะล้าน เกาะเสม็ด สาร สัตหีบ เป็นต้น เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูง เพื่อจะได้นำข้อมูลที่นำมาทำการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะสีชัง

5.4.3 การวิจัยครั้งต่อไปนี้ ควรทำการศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางตามลำพัง เพื่อนำข้อมูลที่นำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงที่เดินทางตามลำพังให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *เกาะสีชัง*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2563 จาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เกาะสีชัง>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2563 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7534.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สรุปสถานการณ์พักแรมจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนและรายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือน เดือนสิงหาคม*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.mots.go.th/>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563 จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf.
- กัลยา วานิชบัญญัติ. (2544). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง. (2561). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เจนจิรา บรรจงนิถ. (2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนกกานต์ สิทธิรักษ์. (2561). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอนวม จังหวัดนครศรีธรรมราช*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน*. *วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร*, 2(1), 68-74.
- ณภัค เพชรวิสัย. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ต้นติกร โคตรชารี. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ทักษิณา คุณารักษ์. (2544). *องค์ประกอบทางด้านประชากรศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563
<http://www.rdi.rmutsd.ac.th/2011/digipro/002/proceedings/4->
- เทศบาลตำบลเกาะสีชัง. (2560). *ประวัติเกาะสีชัง*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก
<https://www.kohsichang.go.th/>.
- ธรรมูชนก เพชรรานนท์. (2559). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่
 การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย, การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้*.
- ธารา สุขศิริ. (2559). *แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อด้านสภาพแวดล้อมและด้าน
 การจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย, การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*.
- เบญจวรรณ ขวัญมา. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการ
 เดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, การศึกษา
 ค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา*.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*.
 กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2550). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มาศศุภา นิรมบุญจาช. (2558). *การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน
 ที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม).
 วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561). *แรงจูงใจปัจจัยหลัก ปัจจัยดึง: การท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน).*
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 7(1), 13 – 29.
- ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงศ์. (2543). *ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก
<http://kamonchanok001.blogspot.com/p/5.html>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็ก
 จำกัด.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). *ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจ
 มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย,
 18(1), 84-104.*
- อรัญญา เกรียงไกรโชค. (2561). *แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย.*
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อัมรินทร์ สุขเกษม. (2562). *การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอล อาซีฟ. พะเยา: สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา.*
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- อาทิตย์ ศรีวิชัย. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว เกาะทะลุ อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.*
- อารีย์ นัยพินิจ และ รัฐชญา มณีเนตร. (2551). *รายงานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮม สเตย์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดนครราชสีมา. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- Buchner, A. (2010). *G*Power: Users Guide-Analysis by design. Web Page of Heinrich-HeineUniversität - Institut für experimentelle Psychologie. Retrieved August 30, 2020 from <http://www.psych.uni-duesseldorf.de/abteilungen/aap/gpower3>.*
- Cohen, J. (1997). *Statistical power analysis for the behavior sciences.* Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum.
- Erdfelder, E. (1996). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavioral Research Methods, 39*, 175-191.
https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/sichang.html
- thailandtopvote. (2560). *พระจุฑาธุชราชฐาน จังหวัดชลบุรี เที่ยววังสวาย แห่งเดียวบนเกาะสีชัง. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.thailandtopvote.com/>*
- Tourist Hotline. (2563). *สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.tatcontactcenter.com/th>.*



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปริญญาโทคณะมนุษยศาสตร์ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่าน โปรดให้ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

อุณนดา มนตรีธิตี

นักศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

คำชี้แจง โปรดคำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51-60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัวอาชีพอิสระ ค้าขาย
 พ่อบ้าน แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001-25,000 บาท
 25,001-35,000 บาท 35,001-45,000 บาท
 45,001-55,000 บาท 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. จำนวนห้องน้ำสาธารณะเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
2. จำนวนถังขยะในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอ					
3. พื้นี่จัดเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
4. พื้นี่นั่งพักผ่อน หย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
5. ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึกร้านอาหาร และร้านขายเครื่องดื่ม มีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
กิจกรรม					
6. ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ ซี่จักรยาน					
7. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
8. จำนวนกิจกรรมที่จัดขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
9. กิจกรรมที่จัดขึ้นทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น					
10. ได้รับความรู้ระหว่างดำเนินกิจกรรม เช่น การดำน้ำ					
ที่พักแรม					
11. ที่พักมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
12. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม					
13. ห้องพักมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย					

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
14. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงที่พัก					
การเข้าถึง					
15. ความสะดวกในการเดินทางมายังเกาะสีชัง เช่น ทางเรือ					
16. เวลาที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
17. เรือบริการข้ามฟากมีความปลอดภัย					
18. ป้ายบอกทางในการเดินทางมีความชัดเจน					
19. ค่าบริการเรือข้ามฟาก รถโดยสาร และรถเช่า ภายในเกาะมีความเหมาะสม					
แหล่งท่องเที่ยว					
20. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดด้านการอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติเป็นอย่างดี					
21. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการที่นำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้เป็นอย่างดี					
22. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความสะอาดอย่างมีประสิทธิภาพ					
23. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ					
24. มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ปัจจัยหลัก (เหตุผลที่ทำให้ท่านเดินทางมาเที่ยวที่เกาะสีชัง)					
1. ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลาย ความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและ จิตใจ					
2. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความ จำเจในชีวิตประจำวัน					
3. ท่านต้องการพาครอบครัวหรือญาติมิตรมา ท่องเที่ยว					
4. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความ สามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					
5. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็น ธรรมชาติ					
6. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบปะและ แลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ					
7. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวใน สถานที่แปลกใหม่					
8. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบเจอ วัฒนธรรมใหม่ ๆ					
9. ท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจ/ ประชุมงาน					
10. ท่านต้องการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง					
ปัจจัยดึง (ปัจจัยที่ทำให้ท่านเดินทางมาเที่ยวเกาะสีชัง)					
11. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
12. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
13. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
14. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดขึ้นใน แหล่งท่องเที่ยว					
15. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
16. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน					
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมา ท่องเที่ยว					
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยว					
19. มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงสถานที่ ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก					
20. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูด และน่าสนใจ					

ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสีชังครั้งนี้ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณ ท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	อუნนดา มนต์ริธิติ
อีเมล	annada.mont@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2561 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษธุรกิจ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2563 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน เมษายน พ.ศ. 2564

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นางสาว อุณหดา มนตรีธิตี อยู่บ้านเลขที่ 60/135
ซอย 6 ถนน บางนา-ตราด ตำบล/แขวง ดอกไม้
อำเภอ/เขต ประเวศ จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10250
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620500046

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์หัวข้อ.....
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปเรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีการกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือ
ระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้
ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับ

ผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
ทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว
จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ อุณดา มนตรีธิตี ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นางสาว อุณดา มนตรีธิตี)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อัญจิกา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน

(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย