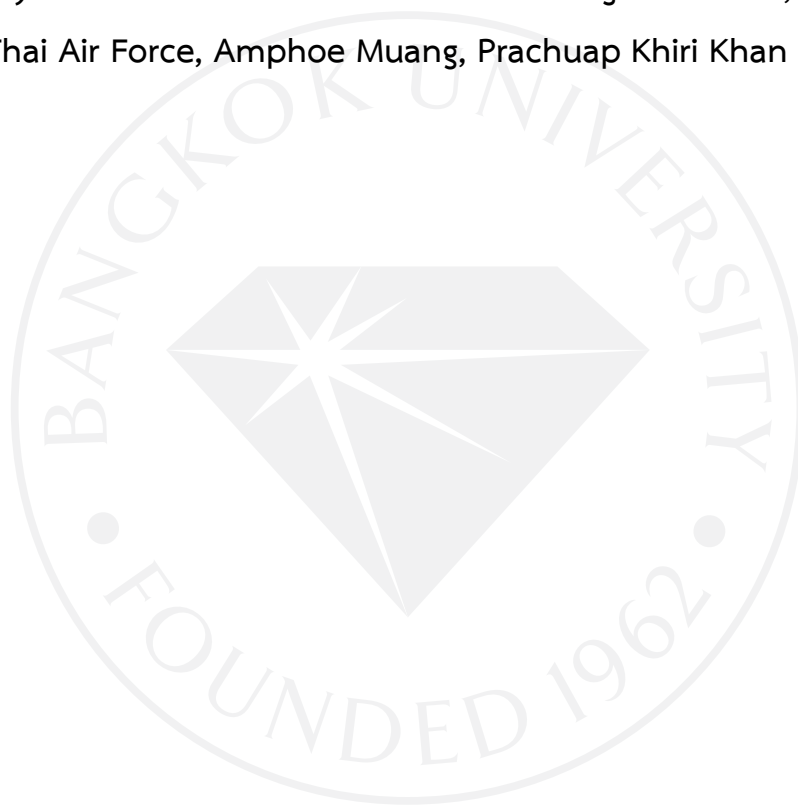


แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5
เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

A Study of Motivation of Thai Tourists Visiting Ao Manao, Wing 5 Royal
Thai Air Force, Amphoe Muang, Prachuap Khiri Khan Province



แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5
เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

A Study of Motivation of Thai Tourists Visiting Ao Manao, Wing 5 Royal
Thai Air Force, Amphoe Muang, Prachuap Khiri Khan Province



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



©2559

อารดา ลายละเอียด

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5
เขตทหารกองทัพอากาศ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา

ผู้วิจัย อารดา ลายละเอียด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ณัฐช วนิชกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 สิงหาคม 2559

อารดา ลายละเอียด. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว, สิงหาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (121 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ณัฐช วนิชย์กุล

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test และ One-way ANOVA และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และมีสถานภาพโสด ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว หรือญาติและท่องเที่ยวอยู่ในบริเวณอ่าวมะนาวเป็นเวลา 1 วัน เคยมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากกว่า 3 ครั้ง โดยรถยนต์ส่วนตัวและได้รับข้อมูลท่องเที่ยวมาจากการแนะนำของบุคคลในภาพรวมค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.34, S.D. = 0.85) โดยมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจสูงสุด คือ ด้านการคมนาคม (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98) รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85) ด้านการให้บริการ (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) และด้านการประชาสัมพันธ์ (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) ตามลำดับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันที่มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางและมี

ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาวแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว
ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แรงงใจ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวไทย, อ่าวมะนาว



Laila-iad, A. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), August 2016,
Graduate School, Bangkok University.

A Study of Motivation of Thai Tourists Visiting Ao Manao, Wing 5 Royal Thai Air Force,
Amphoe Muang, Prachuap Khiri Khan Province (121 pp.)

Advisor: Natanuj Vanichkul, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study motivations of Thai tourist's to Ao Manao, Prachuap Khiri Khan Province 2) to compare motivation level of Thai tourists to Ao Manao, Prachuap Khiri Khan Province classified by personal factors and travel behavior.

The sample group of this study was 400 Thai tourists visiting Ao Manao. The data were collected by convenience sampling method. As for data analysis, descriptive statistics were used included frequencies, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics were used included T-test and one-way ANOVA. Least Significant Difference (LSD) was also used to determine the minimum difference between any two means. The results showed that most of sample group were female with age ranging from 20 to 30. The level of education was Bachelor's Degree. Most of them worked as officers in private companies, with the average monthly income from 15,000 to 30,000 baht. Most of them were single. Regarding travel behavior, the results showed that most of the sample group travelled in one-day trip to Ao Manao with family or relatives. They used to visit Ao Manao more than three times by their own cars. They received the information about Ao Manao by suggestions from acquaintances. Overall, Thai tourists had a medium level of motivation to Ao Manao. (MEAN = 3.34, S.D. = 0.85). Motivation concerning transportation received the highest average score (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98), followed by attraction (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94), facility (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85), service (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) and public relations (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) respectively. The results from hypothesis testing were as follows: 1) Thai tourists with different personal factors had different motivation level to Ao Manao at a statistical significance level of 0.05. Nevertheless, no significant difference was found in motivation

level of Thai tourists with different gender. 2) Thai tourists with different travel behavior had different motivation level to Ao Manao at a statistical significance level of 0.05. Nevertheless, no significant difference was found in motivation level of Thai tourists with different companions and duration of stay.

Keywords: Motivation, Travel Behavior, Thai Tourists, Ao Manao



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.ณัฐนุช วนิชย์กุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ซึ่งให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยและตรวจทานแก้ไข ตลอดจนติดตามความคืบหน้าของงานวิจัย รวมถึงมารดาที่เป็นกำลังใจสำคัญและกำลังใจด้วยดีตลอดมา จนงานวิจัยครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณ ท่านนาวาอากาศเอกสรวิชัย สุรกุล ผู้บังคับการกองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ได้อนุญาตให้เก็บข้อมูลในอำเภวนาวาเพื่อการวิจัย ตลอดจนนักท่องเที่ยวทุกท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในอนาคตได้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้ด้วย

อารดา ลายละเอียด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 คำถามของงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	6
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	7
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	10
2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
2.2 ประวัติอ่าวมะนาว	14
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.4 สมมติฐานการวิจัย	16
2.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	23
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	24
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	26
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีดำเนินการวิจัย	
3.6 ประเภทของตัวแปร	27
3.7 วิธีการทางสถิติ	27
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	29
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	35
4.3 ผลการวิเคราะห์อื่น ๆ	81
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	87
5.2 อภิปรายผล	108
5.3 ข้อเสนอแนะ	111
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	113
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	116
ประวัติผู้เขียน	121
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ	29
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ	30
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	30
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ	31
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	32
ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	32
ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	33
ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว	33
ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งใน การท่องเที่ยว	34
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง มาท่องเที่ยว	34
ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยว	35
ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตาม สถานภาพสมรส	57
ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	58
ตารางที่ 4.34: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	59
ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	60
ตารางที่ 4.36: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	61
ตารางที่ 4.37: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	62
ตารางที่ 4.38: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว	64
ตารางที่ 4.39: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว	65
ตารางที่ 4.40: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.41: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการ ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	67
ตารางที่ 4.42: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	68
ตารางที่ 4.43: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว	69
ตารางที่ 4.44: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	70
ตารางที่ 4.45: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	71
ตารางที่ 4.46: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	72
ตารางที่ 4.47: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	73
ตารางที่ 4.48: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.49: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	75
ตารางที่ 4.50: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	76
ตารางที่ 4.51: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	77
ตารางที่ 4.52: ผลการทดสอบสมมติฐาน	78
ตารางที่ 4.53: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	81
ตารางที่ 4.54: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ	82
ตารางที่ 4.55: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	82
ตารางที่ 4.56: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม	83
ตารางที่ 4.57: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์	84
ตารางที่ 4.58: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ	85
ตารางที่ 5.1: ผลการทดสอบสมมติฐาน	89

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

หน้า

22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สามารถนำรายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาในระบบเศรษฐกิจอย่างมาก รวมถึงก่อให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาประเทศ การสร้างอาชีพ การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง แต่เนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมามีผลกระทบจากเหตุการณ์ทางการเมือง และสถานการณ์วิกฤติเศรษฐกิจภายในประเทศ ความรุนแรงที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อความมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดจำนวนลง จากปัญหาการลดปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทำให้คนไทยต้องหันมาพึ่งพาตลาดนักท่องเที่ยวไทยเพื่อไม่ให้เงินไหลออกนอกประเทศ โดยตลาดในประเทศมีการรณรงค์การท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) เพื่อสร้างความรู้สึกรักให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสวยงามไม่แพ้ชาติใดในโลก

การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมทั้งชาวต่างประเทศและในประเทศ โดยเฉพาะทะเลที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เมื่อกล่าวถึงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สิ่งแรกที่ทุกคนนึกถึงคือ “ชายหาดหัวหิน” ชายหาดอันเงียบสงบเมื่ออดีตหรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ใครมาแล้วต้องมาเยือน คือ เพลินวาน ตลาดน้ำหัวหิน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ตลาดจ๊กจั่นฯ ทั้งที่ในความเป็นจริง ประจวบคีรีขันธ์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้ไปสัมผัสอีกมากมาย ยกตัวอย่างเช่น อ่าวมะนาว อยู่ในเขตกองบิน 5 กองทัพอากาศ ตำบลเกาะหลัก อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นชายหาดสะอาด มีธรรมชาติสวยงาม เหมาะแก่การเล่นน้ำเนื่องจากน้ำทะเลไม่ลึก หรือจะเดินเล่นริมชายหาดชมวิวนกสามารถให้ความรู้ถึงธรรมชาติได้อย่างแท้จริงและทางด้านการตรงข้ามกับหาดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวคือ “เขาล้อมหมวก” มีจุดเด่น คือ เมื่อน้ำลดจะเกิดปรากฏการณ์ทรายทอดยาวให้เดินเที่ยวชมได้ นอกจากนี้บนยอดเขาล้อมหมวกยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลอง และบริเวณเชิงเขามีศาลเจ้าพ่อเขาล้อมหมวก ให้ประชาชนสักการะรวมถึงเป็นที่ตั้งของเขตอนุรักษ์พันธุ์ค้างแวนอีกด้วย อ่าวมะนาวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอ่าวทางธรรมชาติซึ่งมีชายหาดที่ยังคงความสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด ได้รับรางวัลชายหาดระดับ 4 ดาว

จากกรมผู้ควบคุมมลพิษกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งได้รับโล่รางวัลสิ่งแวดล้อมดีเด่น จากกรมการสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข สถานที่เปรียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแห่งนี้ มีบริการที่พักกองทัพอากาศ ฟ้าชมคลื่น สถานที่จัดเลี้ยง ห้องประชุม ห้องอาหาร ลานจอดรถกว้างขวางสามารถรองรับได้ทั้งรถส่วนตัวและรถบัสท่องเที่ยว มีสถานที่ขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางบก และทางทะเล เช่น ปั่นจักรยานครอบครัว ชมทัศนียภาพกับรถไฟเล็กโบราณ ลุยป่ามหาสนุกกับรถ ATV ยิงธนู ทดสอบสมาธิ สนุกสุดมันกับบานาน่าโบ๊ท ชมความสวยงามของเกาะกับเรือสปีดโบ๊ท ท่องเที่ยวและสนุกสนานอย่างปลอดภัยด้วยมาตรการรักษาความปลอดภัยจากเทคโนโลยีกล้องวงจรปิด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจสอบความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดและมีโรงพยาบาลตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวห่างกันแค่เพียง 1 กิโลเมตรเท่านั้น และจากสถิติปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จำนวน 413,674 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ทราบถึงระดับแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาวให้เป็นที่รู้จักและยังเกิดประโยชน์ต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชนอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ งานวิจัยนี้มีประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวกองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 413,674 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการทำวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จำนวน 400 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลบริเวณอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในด้านต่าง ๆ ตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ และเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส

2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว

ตัวแปรตาม คือ ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม - เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558

1.4 คำถามของงานวิจัย

1.4.1 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

1.4.2 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันหรือไม่

1.4.3 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันหรือไม่

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว

1.5.2 สามารถใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนนำผลการศึกษาที่ได้ไปวางแผน ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากยิ่งขึ้น

1.5.3 สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น แผนงานส่งเสริมการขาย การบริหารจัดการโดยรวม เป็นต้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวที่อ่าวมะนาว รวมถึงบอกต่อให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวเพิ่มขึ้น

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่ต้องมีการเดินทางจากถิ่นประจำของตนเองไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ

1.6.2 นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว

1.6.3 แรงจูงใจ หมายถึง นักท่องเที่ยวเกิดแรงกระตุ้นให้อยากออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง โดยมีสิ่งบันดาลใจ ซึ่งจะจำแนกแรงจูงใจตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ปัจจัยที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังอ่าวมะนาว เช่น ความสวยงามของชายหาด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ
ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการ และ
ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

- ด้านการคมนาคม หมายถึง ยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรที่ใช้ในการนำ
นักท่องเที่ยวมาอย่างรวดเร็วกว่าธรรมดา สะดวกสบาย และปลอดภัย

- ด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวของอำเภอมา
ยังนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับอำเภอโดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ

- ด้านการบริการ หมายถึง การต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการ และผู้
เกี่ยวข้องกับหน่วยบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอมาตั้งแต่สถานที่ การให้บริการ รวมถึงผู้ประกอบการ

1.6.4 อำเภอ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่ตั้งอยู่ กองบิน 5 เขตทหาร
กองทัพอากาศ อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.6.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา
ท่องเที่ยวอำเภอมา ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอำเภอมา จำนวนครั้งในการ
ท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอำเภอมา

1.6.6 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยว
อำเภอมา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำเสนอเป็นลำดับดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2 ประวัติอ่าวมะนาว

2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 สมมติฐานการวิจัย

2.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและอ้างอิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยเพื่อนำมาเป็นพื้นฐาน และแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ซึ่งสามารถแยกรากศัพท์คำว่า “Demography” ได้ดังนี้คือ “Demo” หมายถึง People แปลว่า ประชาชน หรือ ประชากร ส่วนคำว่า “Graphic” นั้นหมายถึง ลักษณะของบุคคล (ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง, 2521, หน้า 2)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวว่า “หลักการความเป็นเหตุเป็นผลคือทฤษฎีที่ใช้ในแนวคิดด้านประชากร กล่าวคือ เกิดการกระตุ้นจากภายนอกในพฤติกรรมมนุษย์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ที่ส่งผลให้มนุษย์ให้มนุษย์มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ซึ่งตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ DeFleur และ Ball-Rokeach (1996) อธิบายว่า บุคคลที่ตอบสนองเนื้อหาในแบบเดียวกันคือ ผู้ที่มีลักษณะพฤติกรรมคล้ายกันและอยู่ในลำดับชั้นสังคมเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) บุคคลที่แตกต่างกันจะรับข่าวสารและให้ความสนใจที่แตกต่างกัน”

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-118) อธิบายว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้ครบทุกคน แต่ถ้าผู้รับสารมีเยอะมากเกินไปก็ไม่สามารถวิเคราะห์บุคคลแต่ละคนที่เราไม่รู้จักทั้งหมดได้ ดังนั้นผู้ส่งสารควรจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจการศึกษาศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ส่งผลในการเข้าใจในการสื่อสารและการตีความทั้งสิ้น (กิตติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 15-17)

1) เพศ (Sex) ชายหญิงที่มีอารมณ์ สภาวะทางจิตใจ สรีระ ความถนัด ส่งผลให้มีความคิด ค่านิยม และทัศนคติ วัฒนธรรม สังคม และกิจกรรมนั้นมีความแตกต่างกัน

2) อายุ (Age) เป็นตัวกำหนดประสบการณ์ของบุคคล เมื่อบุคคลมีอายุสูงขึ้น ความฉลาด วิธีคิด ความรอบคอบก็จะเพิ่มขึ้น และความสนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไป อายุจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์

3) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างมีความคิด ความต้องการแตกต่างกันออกไป

4) สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับ ได้แก่ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิสำเนา พื้นฐานของครอบครัว ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมนั้นทำให้บุคคลมีเป้าหมาย ประสบการณ์ วัฒนธรรม ทัศนคติที่แตกต่างกัน

5) ศาสนา (Religion) เป็นอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร โดยทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมทางศาสนาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดชีวิต

สำหรับการศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของบุคคลหนึ่งที่แตกต่างกันถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดให้การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันได้

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง และการที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลนั้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร จึงมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1.2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นิยามคำว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Consumer Behavior) นั้นย่อมมีความหมายใกล้เคียงกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวก็จัดเป็นผู้บริโภคเช่นกัน แต่สินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตอบสนองความต้องการของเขาที่ตัดสินใจ ซื้อและใช้จ่ายผลิตภัณฑ์และบริการ (Schiffman, 1994 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 3)

ปวริศา สิทธิสาร (2551, หน้า 21) กล่าวว่า “พฤติกรรมคือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าว่า บริโภคที่ไหน อะไร อย่างไร ซึ่งกำหนดปฏิกิริยาของบุคคลนั้น ๆ ว่าได้รับการใช้สินค้าและบริการ อย่างไร”

ธงชัย สันติวงษ์ (2524, หน้า 29) กล่าวว่า “การกระทำของบุคคลนั้นๆที่ได้รับสินค้าและบริการ รวมไปถึงการตัดสินใจ การกำหนดให้มีการกระทำ”

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มักเสาะหาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตน โดยใช้ เงิน เวลา และความพยายาม ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ทราบว่า ต้องการบริการอะไร ทำไม่ถึงซื้อ ซื้อ เมื่อไหร่ ซื้อที่ไหน ซื้อบ่อยแค่ไหน จึงเห็นได้ว่าพฤติกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมาก น้อยแค่ไหน

2.1.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กระบวนการของพฤติกรรม

กระบวนการที่เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) คือ ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น จะมีมูลเหตุที่เป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจทำให้มนุษย์ เกิดความต้องการ และเกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมาในที่สุด ซึ่งมี 3 ประการ ดังนี้ (Levitt, n.d. อ้างใน พิบูล ทิปะปาล, 2543)

- 1) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is Caused) ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมที่ออกมาจะต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิด
- 2) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is Motivated) คือ เมื่อบุคคลนั้นมีความปรารถนาหรือต้องการสิ่งใด ก็เกิดแรงจูงใจให้แสดง พฤติกรรมต่าง ๆ ทำสิ่งนั้นให้บรรลุ
- 3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal-directed) หมายถึง บุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกมาที่แตกต่างกัน เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ทางด้าน วัฒนธรรม สังคมและจิตวิทยา ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือการแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้น เผชิญ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายให้เกิดความสำเร็จต่อความต้องการของตน

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538, หน้า 4) ได้เสนอว่า “การที่บุคคลนั้นตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เกิดจาก 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ แต่รายได้ และเวลานั้นก็เป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและใช้บริการที่มีคุณภาพได้มากเท่าใด เช่น บุคคลที่รายได้น้อย เวลาลน้อยก็เที่ยวได้ทีไร แต่ในขณะที่บุคคลที่มีรายได้สูง มีเวลา มาก ก็จะได้ท่องเที่ยวในสถานที่หรูหรา มีคุณภาพมากกว่า เป็นต้น”

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันท์ (2526, หน้า 38-39) ได้กล่าวว่า “บุคคลนั้นจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับสังคมที่ต่างกัน สำหรับบางคนนั้นเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหรือเพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่”

2.1.2.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการคือ

- 1) เป้าหมาย หมายถึง จุดมุ่งหมายของนักเดินทางไปท่องเที่ยว
- 2) นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันในแต่ละวัน
- 3) สถานการณ์ หมายถึง สภาพพยากรณ์อากาศ หรือกิจกรรมที่เหมาะสมแก่การเดินทาง เช่น เที่ยวหมู่เกาะควรเที่ยวในยามคลื่นสงบ
- 4) การแปลความหมาย หมายถึง กระบวนการคิดในรูปแบบต่าง ๆ ให้เกิดความพอใจในสถานการณ์นั้น ๆ เช่น เวลาเที่ยงเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดรับประทานอาหารกลางวัน
- 5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจไปเที่ยวในช่วงปิดเทอม แต่ก่อนที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด เราควรเตรียมตัว เช่น การวางแผนการเดินทาง การจองห้องพัก เป็นต้น
- 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ อาจจะตรงตามที่คาดหวังหรือไม่ตรงตามที่หวังไว้ เช่น มีการเดินทางไปท่องเที่ยว แต่ปรากฏว่าเกิดการชุมนุมเกิดขึ้น จนทำให้สนามบินต้องปิด แล้วเครื่องบินไม่สามารถบินลงจอดได้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุตามที่คาดหวังไว้ได้
- 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่คาดหวังไว้ไม่บรรลุตามเป้าหมาย จึงมีการหาวิธีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

2.1.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่สถานที่นั้น ๆ โดยจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม มีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ คือ

- 2.1.2.4.1 เป้าหมาย คือ เดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรม หรือพักผ่อน
- 2.1.2.4.2 ความพร้อม ต้องมีความพร้อมของร่างกาย เช่น จะดำน้ำลึกต้องมีร่างกายที่แข็งแรง
- 2.1.2.4.3 สถานการณ์ เวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง เช่น จะไปเที่ยวเกาะต้องควรไปตอนฝนฟ้าไม่คึกคะนอง
- 2.1.2.4.4 การแปลความหมาย วิธีการคิดในรูปแบบต่าง ๆ
- 2.1.2.4.5 การตอบสนอง คือ การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุ เช่น จะเดินทางไปเที่ยวพักผ่อนก็ควรเตรียมแผนเดินทางล่วงหน้าไว้ เป็นต้น

2.1.2.4.6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ เกิดความพึงพอใจหรือไม่

2.1.2.4.7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เดินทางท่องเที่ยวแล้วไม่พึงพอใจ (ณัฐชนก เพชรพรหม, 2554)

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทุกๆพฤติกรรมที่มีเป้าหมายจะมีแรงจูงใจคอยผลักดัน เร่งให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล และยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2544)

2.1.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการของร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมของบุคคลนั้นกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการบริโภคสินค้า และการบริการ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ จุดหมายในการท่องเที่ยว และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการเดินทางที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ก็ต่างกันออกไป

2.1.3.2 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ, 2545, หน้า 71)

- 1) สิ่งกระตุ้นความต้องการ หมายถึง ช่วงเวลาหรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้เดินทางไป
- 2) สิ่งกีดขวางความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่อยากไป เช่น ปังจัยทางด้านจิตวิทยา ปังจัยทางสังคม และปังจัยทางเศรษฐกิจ
- 3) สิ่งกระทบ หมายถึง การเรียนรู้ ทักษะคติและมองภาพสถานที่ที่เที่ยวนั้นแตกต่างกัน เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
- 4) บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง แต่ละบุคคลที่มีสถานภาพต่างกัน เช่น พนักงานเอกชน นักศึกษา

2.1.3.3 สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Tourist Motivation)

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นหรือกำหนดรูปแบบพฤติกรรมให้เดินทางแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายใน ได้แก่ ความรู้สึก ทักษะคติ ทางด้าน และจิตใจ เป็นต้น
- 2) สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และสิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น

ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภทมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและ เป็นไปตามลำดับที่ต้องการ บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสิ่ง

กระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยว และมีพื้นฐานลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของ Maslow (n.d.) (Maslow's Hierarchy of Needs) ดังนี้

- 1) ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) คือ สิ่งจำเป็นต่อกายอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ต้องการทางเพศ และปัจจัยสี่
- 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นสิ่งที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอดในระดับที่สูงขึ้น เช่น ความมั่นคงของงาน การปกป้องจากภัยอันตรายต่าง ๆ ให้ปลอดภัย เป็นต้น
- 3) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ทั้งการให้และได้รับ แบบหมู่คณะ ต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น
- 4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) คือ ต้องการยกย่องส่วนตัว สถานะจากสังคม เช่น การได้รับความเคารพนับถือ ความมีชื่อเสียง ประสบความสำเร็จ เป็นต้น
- 5) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการมากที่สุด ถ้าใครทำสำเร็จก็จะได้รับการยกย่อง

จากรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีของ Maslow (n.d.) ดังกล่าว ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ (Dann, 1981 อ้างใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์, 2549, หน้า 46)

- 1) ความต้องการที่ขาดหายไปสามารถทดแทนโดยการท่องเที่ยว
- 2) สถานที่ท่องเที่ยว
- 3) ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว
- 4) ข้อมูลข่าวสาร และสื่อประเภทต่าง ๆ
- 5) วัตถุประสงค์ในการเดินทาง
- 6) ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 7) รูปแบบและความหมายในตัวของมันเอง

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว จึงได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยวตามของ Dann (1981 อ้างใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์, 2549, หน้า 46) โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (McIntosh & Goeldner, 1986 อ้างใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์, 2549, หน้า 46)

- 1) สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ ความพึงพอใจ ความสบายใจ เป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับร่างกายและจิตใจ
- 2) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม คือ การเรียนรู้วัฒนธรรมของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหารูปการดำรงชีวิตและความเป็นมา เช่น การเดินรำ ศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น

3) สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล การค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม เช่น การเดินทางเยี่ยมญาติต่างจังหวัด การพบปะผู้อื่นในสังคม

4) สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อไปทำกิจกรรม หลากหลาย เช่น ศึกษา ดูงาน เพื่อที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น

Wahab (n.d. อ้างใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 12) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ สิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว หรือเรียกว่าสินมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ

- 1) สินมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลักษณะภูมิอากาศ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เป็นต้น
- 2) สินมรดกที่คนสร้างขึ้นเพื่อให้เดินทางได้อย่างสะดวกสบาย ได้แก่
 - 2.1) การท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนาและวัฒนธรรม
 - 2.2) การเดินทางท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบายและปลอดภัย ได้แก่ ไฟฟ้า ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ เป็นต้น
 - 2.3) โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก ไนต์คลับ
 - 2.4) การดำรงชีวิตของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีน้ำใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าทั้งสินมรดกทางธรรมชาติและสินมรดกที่คนสร้างขึ้นมานั้นเป็นการดึงดูด นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ค่าใช้จ่าย จำนวนสมาชิก การคมนาคม และ ระยะเวลา ดังนั้น สามารถแบ่งได้ 6 ลักษณะดังนี้

- 1) เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิงและความสนุกสนาน หรือการชมวิถีชีวิตของท้องถิ่นต่าง ๆ
- 2) การใช้เวลาว่างในการเดินทางเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง หรืออาจจะหลังจากเจ็บป่วย
- 3) เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม เช่น ชมโบราณสถาน เป็นต้น
- 4) เพื่อการกีฬาที่มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ
 - 4.1) การชมกีฬาที่ตนสนใจถึงแม้การแข่งขันจะย้ายสถานที่ผู้ชมก็ตามไปดูอยู่เสมอ
 - 4.2) ร่วมการแข่งขันหรือออกกำลังกาย จากทัศนียภาพในประเทศ เช่น ชายทะเล ป่าไม้
- 5) การเดินทางไปประชุมสัมมนาและแบ่งเวลาที่เหลือไปท่องเที่ยว
- 6) การไปศึกษาไปทำวิจัยหรือโครงการแลกเปลี่ยน โดยบุคคลเหล่านี้หาเวลาและโอกาสพักผ่อนเช่นเดียวกับประชุมและสัมมนา

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549, หน้า 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ สิ่งที่อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวเดินทางได้ถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง เป็นต้น
- 2) มีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวค้างคืน เช่น รีสอร์ท โรงแรม ซึ่งที่พักมีความสะดวกสบาย แตกต่างกันไป ได้แก่ มีภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ เป็นต้น
- 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมา เช่น แหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์สวยงาม น้ำทะเลใส หายทรายขาว
- 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เช่น การเล่นเรือกล้วย การปั่นจักรยานชม ทิวทัศน์ การดำน้ำ เป็นต้น
- 5) ห้องสุขา ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร สถานีบริการน้ำมัน โรงพยาบาล องค์ประกอบ ทั้ง 5 ประการนี้ ปรากฏอยู่ในสถานที่แหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ (Mill, 1990 อ้างใน กัลยา สมมาตรย์, 2541, หน้า 12 - 13)

1) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1.1) สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ คือ ความสวย ของธรรมชาติที่น่าประทับใจ เช่น เกาะ หน้าผา อ่าวแหลม ภูมิอากาศ ความน่าสนใจของแหล่ง ท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538, หน้า 38 - 44) คือ

1.1.1) สถานที่ที่น่าสนใจ (Place) ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาดที่สวยงาม ยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นเป็นภาพที่สวยงาม จึงทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง มาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น

1.1.2) เหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event) กิจกรรมทางประเพณีและวัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่น เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี

1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นอาจมี ความเหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งแสดงออกตามรูปแบบศาสนสถานที่สำคัญตามประวัติศาสตร์ จารึก ประเพณี

1.3) ชาติพันธุ์ ความต้องการอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์คือการเดินทางกลับไปยังถิ่นเดิมของตน หรือต้องการไปเยี่ยมญาติ เพื่อน

1.4) แหล่งบันเทิง หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรี รวมถึง สนามกีฬา สวนสาธารณะ สวนสัตว์ เป็นต้น

2) **สิ่งอำนวยความสะดวก** มี 4 ประการ (Mill, 1990 อ้างใน กัลยา สมมาตรย์, 2541, หน้า 14)

2.1) ที่พักถือเป็นสิ่งสำคัญ อาจจะเป็นแบบเช่า หรืออาศัยชั่วคราว ซึ่งมีหลากหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮ้า เป็นต้น

2.2) ร้านอาหาร

2.3) สถานที่บริการต่าง ๆ เช่น สถานที่นันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก

2.4) การพัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคมและสาธารณูปโภค ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคมสาธารณูปโภค

3) **การขนส่งและการคมนาคม** การปรับปรุงยานพาหนะถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้น รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

4) **การประชาสัมพันธ์** คือการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้กิจกรรมที่ไม่ใช่ทางการค้า สื่อความหมายออกไป เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น

สามารถโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวได้ เพื่อมุ่งหวังสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ และสร้างความสัมพันธ์อันดีจึงมีลักษณะสำคัญดังนี้

4.1) ความรู้ในการโฆษณา

4.2) การสร้างภาพพจน์ที่ดี

4.3) ช่วยสร้างความเจริญให้กับสังคมโดยรวม

4.4) มุ่งเน้นให้รับรู้วัฒนธรรม ประเพณี

4.5) เป็นลักษณะการทำข่าวธุรกิจ

5) **การให้บริการและการต้อนรับ** ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะถ้านักท่องเที่ยวประทับใจกับการบริการของประชาชนในที่นั้น ๆ หรือพนักงานบริการ ก็จะเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวก็จะหลั่งไหลมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นมากขึ้น

2.2 ประวัติอำเภอมนาว

อำเภอมนวนอยู่ในเขตกองบิน 5 กองทัพอากาศ ตำบลเกาะหลัก อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหาดสะอาดมีธรรมชาติสวยงามเหมาะแก่การเล่นน้ำเพราะทะเลไม่ลึกตรงข้ามกับหาดเป็น “เขาล้อมหมวก” ยามน้ำลดจะปรากฏสันทรายทอดยาวให้เดินไปเที่ยวชมได้นอกจากนี้บนยอดเขาล้อมหมวกยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลอง และบริเวณเชิงเขามี “ศาลเจ้าพ่อเขา

ล่อมหมวก” ให้ประชาชนสักการะ รวมถึงเป็นที่ตั้งของเขตอนุรักษ์พันธุ์ค้างแวน สำหรับ “อ่าวมะนาว” เคยเป็นยุทธภูมิในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ระหว่างกองทัพไทยและกองทัพญี่ปุ่น ปัจจุบันภายในกองบินจะเห็น “อนุสาวรีย์วีรชน” รูปทหารอากาศในชุดนักบินยืนอยู่บนใบพัดเครื่องบิน ถัดลงเห็นหน้าออกทะเล ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อเป็นการเชิดชูประวัติการต่อสู้อันกล้าหาญของนักรบแห่งกองบินน้อยที่ 5 ซึ่งยอมเสียสละชีวิต ปกป้องผืนแผ่นดินไทยส่วนหนึ่งไว้ ทางราชการจึงได้สร้างอนุสาวรีย์ “วีรชน 8 ธ.ค. 84” ประดิษฐาน ณ บริเวณที่ตั้งกองบินน้อยที่ 5 และยังมี “อุทยานประวัติศาสตร์กองบิน 5” โดยจะเห็นแท่งหินขนาดใหญ่แกะสลักจำลองฉากการต่อสู้ระหว่างกองทัพไทยกับญี่ปุ่น ทั้งนี้บริเวณอ่าวมะนาวทุกปีจะมีการจัดงานวันรำลึกวีรกรรม 8 ธันวาคม 2484 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปพักผ่อนและเล่นน้ำที่ชายหาดได้ตลอด เพราะมีร้านอาหาร สโมสร และบ้านพักไว้คอยบริการ (“ประวัติอ่าวมะนาว”, 2553)

2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ (2547) ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดหมายหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำและเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับจุดหมายหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ที่ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001 บาท - 30,000 บาท และมีภูมิลานอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการ

ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กุลนิภัทร์ บุญรุ่ง (2553) ซึ่งทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะ สมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความอำนวยความสะดวก ด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

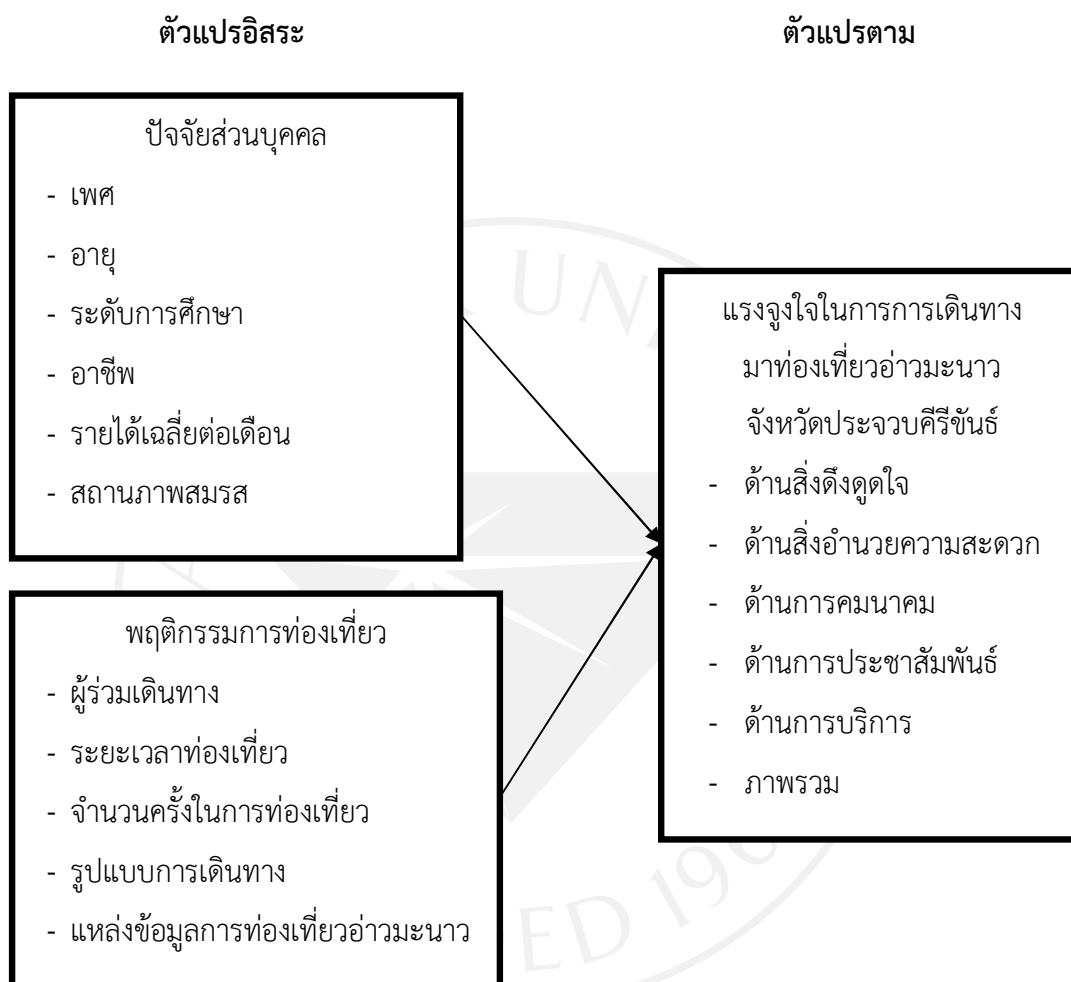
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

2.5 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออ่าวมะนาวจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

3.6 ประเภทของตัวแปร

3.7 วิธีการทางสถิติ

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยวิธีการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลมาป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 413,674 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ความเชื่อมั่น 95% ตามสูตรคำนวณดังนี้

ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ คือสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล อ่าวมะนาว กองบิน 5 อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยกำหนด N = จำนวนขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
 n = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 413,674 คน
 e = ระดับความคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น กำหนดให้ค่า

คลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{ขนาดกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{413,674}{1 + 413,674(0.05)^2} \\ &= 399.63 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.63 ดังนั้นเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

- 1) ศึกษาทบทวนเอกสารทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว” จากนั้นจึงกำหนดกรอบงานวิจัยเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย
- 2) ศึกษาแบบสอบถามต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา
- 3) กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว แล้วจึงสร้างแบบสอบถามขึ้นมา
- 4) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ “แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว” ตามกรอบปัจจัยที่กำหนดไว้และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศนั้นเป็นลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Two-way Question) เป็นข้อมูลแบบ Identification Information ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสนั้นเป็นลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ, 2550)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวเป็นแบบสอบถามปลายปิดและมีลักษณะคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นข้อมูลที่มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว มี 5 ระดับคือ

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4	มีระดับความสำคัญมาก
3	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2	มีระดับความสำคัญน้อย
1	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การแปลงระดับความสำคัญใช้สูตรคำนวณจากการคำนวณอันตรภาค

$$\text{สูตร} \quad \frac{\text{Max} - \text{Min}}{5} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ยผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมาย

4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

5) นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง

(Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1) การหาความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถามเพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่ม ตัวอย่าง ประมวลความเห็นที่ได้รับและการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อเพื่อนำมา ปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะ และวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) ไปซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของ แบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของ ผู้เชี่ยวชาญก่อนจะนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

2) การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีเกณฑ์ตัดสินว่าถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าใกล้เคียง 1.00 (ประมาณ 0.80 ขึ้นไป) จะนำแบบสอบถามไปใช้ได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548) สำหรับงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.908 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และรับคืนด้วยตัวเองที่อำเภอนาว อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.6 ประเภทของตัวแปร

ตัวแปรต้น

1) ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- สถานภาพสมรส

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว

- ผู้ร่วมเดินทาง
- ระยะเวลาท่องเที่ยว
- จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว
- รูปแบบการเดินทาง
- แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว

ตัวแปรตาม

1) แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว

- ด้านสิ่งดึงดูดใจ
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านการคมนาคม
- ด้านการประชาสัมพันธ์
- ด้านการบริการ
- ภาพรวม

3.7 วิธีการทางสถิติ

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คำตอบส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว นำมาหาค่าความถี่และร้อยละ

คำตอบส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว นำมาหาค่าความถี่และร้อยละ

คำตอบส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว นำมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1) t-test ซึ่งจะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ

2.2) One – Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส รวมถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวเพื่อทดสอบว่าข้อมูลในแต่ละกลุ่มนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

2.3) ใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจะทดสอบต่อเมื่อหลังจากการทดสอบ One-way ANOVA แล้วพบนัยสำคัญ

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีขั้นตอน ดังนี้

1) นำแบบสอบถามรับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามซึ่งครบถ้วนจำนวน 400 ชุด

2) นำแบบสอบถามที่มีข้อความสมบูรณ์มาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัส (Coding)

3) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

4) วิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออ่าวมะนาว โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายชื่อและรายด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

5) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยหาค่า Independent Samples t-test และ One-way ANOVA และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน สรุปได้ดังนี้

- 4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน
- 4.3 ผลการวิเคราะห์อื่น ๆ

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส แสดงในตารางที่ 4.1-4.6

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	128	32.0
หญิง	272	68.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และเพศชายจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	39	9.8
20-30 ปี	251	62.8
31-40 ปี	46	11.5
41-50 ปี	34	8.5
51-60 ปี	20	5.0
60 ปีขึ้นไป	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 อายุ 41-50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุ 51-60 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประถมศึกษา	28	7.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	29	7.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	68	17.0
อนุปริญญา/ ปวส.	25	6.3
ปริญญาตรี	218	54.5
สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ประถมศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ อนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน/ นักศึกษา	84	21.0
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	63	15.8
พนักงานบริษัทเอกชน	145	36.3
เจ้าของกิจการ/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว	83	20.8
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เจ้าของกิจการ/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และพ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 15,000 บาท	152	38.0
15,000-30,000 บาท	188	47.0
30,001-50,000 บาท	32	8.0
มากกว่า 50,000 บาท	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โสด	270	67.5
สมรส	101	25.3
หม้าย/ หย่าร้าง	23	5.8
แยกกันอยู่	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาสมรส จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 หม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และแยกกันอยู่ เป็นจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยว แสดงในตารางที่ 4.7 – 4.11

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เดินทางคนเดียว	18	4.5
ครอบครัว/ ญาติ	180	45.0
เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน	137	34.3
คนรัก/ แฟน	65	16.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นครอบครัว/ ญาติ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 คนรัก/ แฟน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และเดินทางคนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 วัน	184	46.0
2 -3 วัน	144	36.0
มากกว่า 3 วัน	72	18.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระยะเวลาท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 วัน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา 2-3 วัน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมากกว่า 3 วัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 ครั้ง	104	26.0
2 -3 ครั้ง	63	15.8
มากกว่า 3 ครั้ง	233	58.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว มากกว่า 3 ครั้ง เป็นจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา 1 ครั้ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 2-3 ครั้ง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รถยนต์ส่วนตัว	332	83.0
รถโดยสารประจำทาง	43	10.8
รถของบริษัทนำเที่ยว	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมา รถโดยสารประจำทาง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และรถของบริษัทนำเที่ยว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์ ฯลฯ	93	23.3
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว, นิตยสาร ฯลฯ	21	5.3
วิทยุ/โทรทัศน์	15	3.8
การแนะนำของบุคคล	271	67.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมาจากการแนะนำของบุคคล จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.38	3.58	0.966	0.055
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.34	3.46	0.564	0.196
ด้านการคมนาคม	3.31	3.63	1.126	0.002
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.95	3.12	5.766	0.116
ด้านการบริการ	3.15	3.20	2.799	0.649
รวม	3.23	3.40	4.054	0.061

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 สมมติฐาน 1.1.1-1.1.6 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.31	3.56	3.41	3.48	3.57	3.58	0.666	0.650
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.24	3.44	3.33	3.52	3.36	3.80	1.023	0.404
ด้านการคมนาคม	3.36	3.58	3.41	3.38	3.64	3.78	0.830	0.529
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.04	3.11	2.78	2.94	3.16	3.54	1.519	0.183
ด้านการบริการ	2.95	3.24	2.87	3.26	3.13	3.90	2.466	0.032*
รวม	3.18	3.39	3.16	3.32	3.37	3.72	1.268	0.277

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งใน

ภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.2.1-1.2.4 สมมติฐานที่ 1.2.6 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.2.5 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.14: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-0.288	0.079	-0.316	-0.185	-0.951* (0.009)
20-30 ปี		-	0.367* (0.025)	-0.028	0.103	-0.664* (0.044)
31-40 ปี			-	-0.395	-0.264	-1.030* (0.044)
41-50 ปี				-	0.131	-0.635
51-60 ปี					-	-0.767
60 ปีขึ้นไป						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สูงที่สุด และสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ปลาย	อนุ ปริญา	ปริญา ตรี	สูงกว่า ปริญา ตรี	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.75	3.18	3.29	3.72	3.54	3.72	2.455	0.033*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	3.17	3.42	3.62	3.31	3.60	5.865	0.000*
ด้านการคมนาคม	4.05	3.35	3.39	3.60	3.47	3.91	3.319	0.006*
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.66	3.09	3.07	3.10	2.91	3.51	4.576	0.000*
ด้านการบริการ	3.98	2.97	3.20	3.15	3.05	3.55	5.461	0.000*
รวม	3.91	3.15	3.27	3.44	3.26	3.66	4.428	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการยอมรับสมมติฐานที่ 1.3.1-1.3.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.16 – 4.21 ดังนี้

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนปลาย	อนุ ปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	0.566* (0.023)	0.458* (0.030)	0.030	0.206	0.026
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	-0.108	-0.0536* (0.036)	0.360	-0.540* (0.025)
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	-0.428	-0.252	-0.432* (0.032)
อนุปริญญา				-	0.176	-0.004
ปริญญาตรี					-	-0.180
สูงกว่าปริญญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงที่สุด และสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญา และระดับสูงกว่าปริญาตรีมีค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนปลาย	อนุ ปริญา	ปริญา ตรี	สูงกว่า ปริญาตรี
ประถมศึกษา	-	0.949* (0.000)	0.700* (0.000)	0.497* (0.029)	0.807* (0.000)	0.521* (0.015)
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	-0.248	-0.452* (0.046)	-0.142	-0.428* (0.044)
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	-0.203	0.105	-0.179
อนุปริญา				-	0.309	0.024
ปริญาตรี					-	-0.285
สูงกว่าปริญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงที่สุดและสูงกว่าระดับอื่น ๆ ทุกระดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับมัธยมตอนต้นมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดและต่ำกว่าระดับอนุปริญาและระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนปลาย	อนุ ปริญา	ปริญา ตรี	สูงกว่า ปริญาตรี
ประถมศึกษา	-	0.700* (0.007)	0.675* (0.002)	0.453	0.584* (0.003)	0.147
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	-0.025	-0.247	-0.116	-0.553* (0.027)
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	-0.221	-0.090	-0.528
อนุปริญา				-	0.131	-0.306
ปริญาตรี					-	-0.437* (0.018)
สูงกว่าปริญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุดและสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนปลาย	อนุ ปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	0.567* (0.027)	0.587* (0.007)	0.553* (0.038)	0.746* (0.000)	0.151
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	0.019	-0.014	0.179	-0.417
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	-0.033	0.160	-0.436* (0.036)
อนุปริญญา				-	0.193	-0.402
ปริญญาตรี					-	-0.595* (0.001)
สูงกว่าปริญญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุด และสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยม ศึกษา ตอนปลาย	อนุ ปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	1.011* (0.000)	0.775* (0.001)	0.830* (0.003)	0.927* (0.000)	0.424
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	-0.235	-0.181	-0.083	-0.587* (0.023)
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	0.054	0.152	-0.351
อนุปริญญา				-	0.098	-0.405
ปริญญาตรี					-	-0.503* (0.008)
สูงกว่าปริญญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุด และสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอนุปริญญา และปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ประถมศึกษา	-	0.759* (0.001)	0.639* (0.001)	0.473* (0.040)	0.654* (0.000)	0.254
มัธยมศึกษาตอนต้น		-	-0.120	-0.286	-0.104	-0.505* (0.019)
มัธยมศึกษาตอนปลาย			-	-0.166	0.015	-0.385* (0.032)
อนุปริญญา				-	0.181	-0.219
ปริญญาตรี					-	-0.400* (0.012)
สูงกว่าปริญญาตรี						-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุด และสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอนุปริญญา และปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายและปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

แรงงใจในการ เดินทางมาท่องเที่ยว อ่าวมะนาว	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.49	3.49	3.47	3.57	3.75	0.592	0.668
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.44	3.30	3.27	3.63	3.84	4.362	0.002*
ด้านการคมนาคม	3.55	3.46	3.38	3.73	3.84	2.431	0.047*
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.21	3.13	2.77	3.24	3.53	6.144	0.000*
ด้านการบริการ	3.23	3.08	3.04	3.30	3.64	2.397	0.050*
รวม	3.84	3.29	3.19	3.49	3.72	3.285	0.011*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4.1 และทำการยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.2-1.4.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.23 – 4.27 ดังนี้

ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.148	0.171	-0.186	-0.397* (0.038)
ข้าราชการ		-	0.023	-0.334	-0.545* (0.006)
พนักงานบริษัทเอกชน			-	-0.357* (0.002)	-0.568* (0.002)
เจ้าของกิจการ				-	-0.211
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน					-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/ แม่บ้านสูงที่สุดและสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา อาชีพข้าราชการ และพนักงานเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่าอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนก
ตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.089	0.176	-0.172	-0.286
ข้าราชการ		-	0.086	-0.262	-0.376
พนักงานบริษัทเอกชน			-	-0.348* (0.010)	-0.462* (0.029)
เจ้าของกิจการ				-	-0.114
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน					-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเจ้าของกิจการ และพ่อบ้าน/ แม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์
จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.080	0.439* (0.001)	-0.036	-0.321
ข้าราชการ		-	0.359* (0.014)	-0.116	-0.401
พนักงานบริษัทเอกชน			-	-0.475* (0.000)	-0.760* (0.000)
เจ้าของกิจการ				-	-0.285
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน					-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตาม
อาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.146	0.186	-0.071	-0.410
ข้าราชการ		-	0.041	-0.217	-0.555* (0.022)
พนักงานบริษัทเอกชน			-	-0.256	-0.596* (0.007)
เจ้าของกิจการ				-	-0.339
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน					-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็น
พ่อบ้าน/ แม่บ้านสูงที่สุด และสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ และอาชีพพนักงาน
บริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนก
ตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นักศึกษา	-	0.092	0.198	-0.110	-0.336
ข้าราชการ		-	0.106	-0.202	-0.428* (0.032)
พนักงานบริษัทเอกชน			-	-0.308* (0.008)	-0.534* (0.004)
เจ้าของกิจการ				-	-0.226
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน					-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงาน
บริษัทเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่าอาชีพพ่อแม่/ แม่บ้านและอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการต่ำที่สุดต่ำ
ที่สุดและต่ำกว่าอาชีพพ่อบ้าน/ แม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับ
แรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง
กันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.55	3.54	3.65	3.03	2.805	0.040*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.45	3.43	3.59	3.02	2.555	0.055
ด้านการคมนาคม	3.55	3.56	3.65	3.02	2.837	0.038*
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.15	3.05	3.10	2.61	2.437	0.064
ด้านการบริการ	3.25	3.19	3.24	2.67	2.539	0.056
รวม	3.39	3.35	3.44	2.87	3.233	0.022*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5.2 และสมมติฐาน 1.5.4-1.5.5 และทำการยอมรับสมมติฐานที่ 1.5.1, สมมติฐานที่ 1.5.3 และสมมติฐานที่ 1.5.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.29 – 4.31 ดังนี้

ตารางที่ 4.29: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	0.009	-0.099	0.517* (0.008)
15,001-30,000 บาท		-	-0.107	0.508* (0.008)
30,001-50,000 บาท			-	0.616* (0.011)
50,001 บาทขึ้นไป				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	-0.013	-0.096	0.535* (0.008)
15,001-30,000 บาท		-	-0.081	0.548* (0.006)
30,001-50,000 บาท			-	0.631* (0.013)
50,001 บาทขึ้นไป				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนก
ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	0.036	-0.054	0.519* (0.003)
15,001-30,000 บาท		-	-0.090	0.484* (0.005)
30,001-50,000 บาท			-	0.573* (0.009)
50,001 บาทขึ้นไป				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.49	3.49	3.75	3.97	0.998	0.394
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.33	3.53	3.88	3.97	4.735	0.003*
ด้านการคมนาคม	3.46	3.63	3.83	3.92	1.832	0.141
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.96	3.20	3.56	3.63	4.392	0.005*
ด้านการบริการ	3.08	3.26	3.93	3.67	5.810	0.001*
รวม	3.26	3.42	3.79	3.83	3.894	0.009*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธ สมมติฐาน 1.6.1 และสมมติฐาน 1.6.3 และทำการยอมรับสมมติฐานที่

1.6.2 และสมมติฐาน 1.6.4 -1.6.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.33 – 4.36 ดังนี้

ตารางที่ 4.33: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งแวดล้อม จําแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	-0.199* (0.043)	-0.548* (0.003)	-0.637
สมรส		-	-0.350	-0.438
หม้าย/ หย่าร้าง			-	-0.088
แยกกันอยู่				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งแวดล้อม จําแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดต่ำที่สุด และต่ำกว่าสถานภาพสมรส และหม้าย/ หย่าร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านประชาสัมพันธ์ จำแนก
ตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	-0.243* (0.033)	-0.599* (0.005)	-0.676
สมรส		-	-0.356	-0.433
หม้าย/ หย่าร้าง			-	-0.076
แยกกันอยู่				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านประชาสัมพันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดต่ำที่สุด และต่ำกว่าสถานภาพสมรส และหม้าย/ หย่าร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตาม
สถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	-0.181	-0.851* (0.000)	-0.590
สมรส		-	-0.670* (0.004)	-0.409
หม้าย/ หย่าร้าง			-	-0.261
แยกกันอยู่				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้างสูงที่สุด และสูงกว่าสถานภาพโสด และสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนก
ตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	-0.158	-0.524* (0.004)	-0.568
สมรส		-	-0.366	-0.409
หม้าย/ หย่าร้าง			-	-0.044
แยกกันอยู่				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้างสูงกว่าสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางในแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	เดินทางคนเดียว	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	คนรัก/แฟน	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.23	3.54	3.47	3.63	0.995	0.395
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.47	3.41	3.38	3.51	0.337	0.799
ด้านการคมนาคม	3.11	3.60	3.51	3.50	1.414	0.238
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.68	3.14	3.07	2.93	1.757	0.155
ด้านการบริการ	2.74	3.21	3.18	3.22	1.172	0.320
รวม	3.05	3.38	3.32	3.36	0.878	0.453

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม

ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.1 และสมมติฐาน 2.1.1-2.1.6 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.38: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว

แรงงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	1 วัน	2-3 วัน	มากกว่า 3 วัน	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.53	3.57	3.69	1.112	0.330
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.37	3.45	3.49	0.619	0.539
ด้านการคมนาคม	3.59	3.48	3.49	0.559	0.572
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.04	3.04	3.17	0.540	0.583
ด้านการบริการ	3.09	3.24	3.29	1.248	0.288
รวม	3.32	3.35	3.36	0.075	0.928

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.2 และสมมติฐาน 2.2.1-2.2.6 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.37	3.52	3.59	1.778	0.170
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.25	3.51	3.47	2.848	0.059
ด้านการคมนาคม	3.27	3.50	3.65	5.401	0.005*
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.75	3.19	3.17	7.137	0.001*
ด้านการบริการ	3.01	3.31	3.22	2.113	0.122
รวม	3.13	3.41	3.42	4.338	0.014*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวม ด้านการคมนาคม และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐาน 2.3.1-2.3.2 และสมมติฐาน

2.3.5 และทำการยอมรับสมมติฐานที่ 2.3.3-2.3.4 และสมมติฐานที่ 2.3.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.40 – 4.42 ดังนี้

ตารางที่ 4.40: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จำนวนครั้ง	1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	-	-0.230	-0.376* (0.001)
2-3 ครั้ง		-	-0.146
มากกว่า 3 ครั้ง			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 3 ครั้งสูงที่สุด และสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการประชาสัมพันธ์
จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จำนวนครั้ง	1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	-	-0.433* (0.005)	-0.414* (0.000)
2-3 ครั้ง		-	0.020
มากกว่า 3 ครั้ง			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้งต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 2-3 ครั้ง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 3 ครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จำนวนครั้ง	1 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	-	-0.274* (0.043)	-0.286* (0.004)
2-3 ครั้ง		-	-0.012
มากกว่า 3 ครั้ง			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้งต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 2-3 ครั้งและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 3 ครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	รถยนต์ ส่วนตัว	รถโดยสาร ประจำทาง	รถของบริษัท นำเที่ยว	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.57	3.37	2.99	5.175	0.006*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.45	3.39	3.03	2.915	0.055
ด้านการคมนาคม	3.58	3.35	3.12	3.436	0.033*
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.10	2.95	2.79	1.418	0.243
ด้านการบริการ	3.20	3.29	2.79	2.114	0.122
รวม	3.38	3.27	2.94	3.268	0.039*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวม ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.4.2 และสมมติฐาน 2.4.4-2.4.5 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.4.1, สมมติฐาน 2.4.3 และสมมติฐาน 2.4.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.44 – 4.46 ดังนี้

ตารางที่ 4.44: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตาม
รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รูปแบบการเดินทาง มาท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	รถของบริษัทนำเที่ยว
รถยนต์ส่วนตัว	-	0.205	-0.586* (0.003)
รถโดยสารประจำทาง		-	-0.381
รถของบริษัทนำเที่ยว			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถของบริษัทนำเที่ยวต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนก
ตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รูปแบบการเดินทาง มาท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	รถของบริษัทนำเที่ยว
รถยนต์ส่วนตัว	-	0.235	0.464* (0.023)
รถโดยสารประจำทาง		-	0.299
รถของบริษัทนำเที่ยว			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้าน
การคมนาคม จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถของบริษัทนำเที่ยวต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยว
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	รถโดยสารประจำทาง	รถของบริษัทนำเที่ยว
รถยนต์ส่วนตัว	-	0.111	0.437* (0.013)
รถโดยสารประจำทาง		-	0.326
รถของบริษัทนำเที่ยว			-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถของบริษัทนำเที่ยวต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการคมนาคมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	สื่อ ออนไลน์	สื่อ สิ่งพิมพ์	วิทยุ/ โทรทัศน์	การแนะนำ ของบุคคล	F	P-Value
	MEAN	MEAN	MEAN	MEAN		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.14	3.74	3.24	3.64	7.812	0.000*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.14	3.54	3.61	3.50	4.559	0.004*
ด้านการคมนาคม	3.26	3.76	3.27	3.62	3.942	0.009*
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.93	3.22	3.11	3.09	0.826	0.480
ด้านการบริการ	2.95	3.41	3.47	3.23	2.505	0.059
รวม	3.08	3.53	3.34	3.42	3.963	0.008*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.5.4-2.5.5 และยอมรับ

สมมติฐานที่ 2.5.1-2.5.3 และสมมติฐาน 2.5.6 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบโดยใช้วิธีทดสอบ LSD สรุปได้ตามตารางที่ 4.48 – 4.51 ดังนี้

ตารางที่ 4.48: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	สื่อออนไลน์	สื่อสิ่งพิมพ์	วิทยุ/โทรทัศน์	การแนะนำของบุคคล
สื่อออนไลน์	-	-0.602* (0.007)	-0.108	-0.506* (0.000)
สื่อสิ่งพิมพ์		-	0.494	0.096
วิทยุ/โทรทัศน์			-	-0.398
การแนะนำของบุคคล				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการแนะนำของบุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.49: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	สื่อออนไลน์	สื่อสิ่งพิมพ์	วิทยุ/ โทรทัศน์	การแนะนำของบุคคล
สื่อออนไลน์	-	-0.401* (0.049)	-0.471* (0.045)	-0.355* (0.000)
สื่อสิ่งพิมพ์		-	-0.070	0.046
วิทยุ/ โทรทัศน์			-	0.117
การแนะนำของบุคคล				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ/ โทรทัศน์ และการแนะนำของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.50: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านการคมนาคม จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	สื่อออนไลน์	สื่อสิ่งพิมพ์	วิทยุ/ โทรทัศน์	การแนะนำของบุคคล
สื่อออนไลน์	-	-0.504* (0.033)	-0.008	-0.361* (0.002)
สื่อสิ่งพิมพ์		-	0.494	0.143
วิทยุ/ โทรทัศน์			-	-0.352
การแนะนำของบุคคล				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการแนะนำของบุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.51: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว	สื่อออนไลน์	สื่อสิ่งพิมพ์	วิทยุ/ โทรทัศน์	การแนะนำของบุคคล
สื่อออนไลน์	-	-0.451* (0.027)	-0.256	-0.332* (0.001)
สื่อสิ่งพิมพ์		-	0.195	0.120
วิทยุ/ โทรทัศน์			-	-0.076
การแนะนำของบุคคล				-

*ค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการแนะนำของบุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.52: ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 1.1 และ 1.1.1-1.1.6)
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.2.5)
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.3 และ 1.3.1-1.3.6)
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.4.2-1.4.6)
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.5.1, 1.5.3 และ 1.5.6)
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.6.2 และ 1.6.4-1.6.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.52 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 2.1 และ 2.1.1-2.1.6)
สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 2.2 และ 2.2.1-2.2.6)
สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 2.3.3-2.3.4 และ 2.3.6)
สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 2.4.1, 2.4.3 และ 2.4.6)
สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 2.5.1-2.5.3 และ 2.5.6)

*ยอมรับสมมติฐานเฉพาะบางด้านเท่านั้น

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันสามารถแยกย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 และสมมติฐานที่ 1.1.1-1.1.6

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการบริการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.2.1-1.2.4 สมมติฐาน 1.2.6 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.2.5

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.3 และสมมติฐานที่ 1.3.1-1.3.6

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4.1 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.2-1.4.6

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5.2 และสมมติฐานที่ 1.5.4-1.5.5 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.5.1, สมมติฐานที่ 1.5.3 และสมมติฐานที่ 1.5.6

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.6.1 และสมมติฐานที่ 1.6.3 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.6.2 และ 1.6.4-1.6.6

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันสามารถแยกย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.1 และสมมติฐานที่ 2.1.1-2.1.6

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.2 และสมมติฐานที่ 2.2.1-2.2.6

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการคมนาคมและด้าน

ประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.3.1-2.3.2 และสมมติฐานที่ 2.3.5 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.3.3-2.3.4 และสมมติฐานที่ 2.3.6

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.4.2 และสมมติฐานที่ 2.4.4-2.4.5 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.4.1, สมมติฐานที่ 2.4.3 และสมมติฐานที่ 2.4.6

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.5.4-2.5.5 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.5.1-2.5.3 และสมมติฐานที่ 2.5.6

4.3 ผลการวิเคราะห์อื่น ๆ

ตารางที่ 4.53: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.51	0.94	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.42	0.85	มาก
ด้านการคมนาคม	3.53	0.98	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.06	0.99	ปานกลาง
ด้านการให้บริการ	3.18	1.03	ปานกลาง
ภาพรวมทุกด้าน	3.34	0.85	ปานกลาง

ผลจากตารางที่ 4.53 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.34, S.D. = 0.85) โดยมีความเห็นว่าด้านการคมนาคมมากที่สุด (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98) รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85) ด้านการให้บริการ (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) และด้านการประชาสัมพันธ์ (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ

แรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงงใจ
1. ความมีชื่อเสียงของอ่าวมะนาว	3.53	1.09	มาก
2. ความสวยงามของทะเล	3.76	1.10	มาก
3. ความเงียบสงบ	3.66	1.08	มาก
4. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	3.67	1.10	มาก
5. ค่าบริการมีความเหมาะสม	3.30	1.08	ปานกลาง
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	3.17	1.12	ปานกลาง
ภาพรวมด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.51	0.94	มาก

ผลจากตารางที่ 4.54 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แรงงใจดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความเห็นว่าความสวยงามของทะเลมากที่สุด (MEAN = 3.76, S.D. = 1.10) รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาว (MEAN = 3.67, S.D. = 1.10) ความเงียบสงบ (MEAN = 3.66, S.D. = 1.08) ความมีชื่อเสียงของอ่าวมะนาว (MEAN = 3.53, S.D. = 1.09) ค่าบริการมีความเหมาะสม (MEAN = 3.30, S.D. = 1.08) และกิจกรรมการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว (MEAN = 3.17, S.D. = 1.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงงใจ
1. พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณอ่าวมะนาว	3.27	1.09	ปานกลาง
2. มีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.47	1.10	มาก
3. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.44	1.08	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.55 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงงใจ
4. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจบริเวณอ่าวมะนาว	3.59	1.10	มาก
5. การให้บริการร้านค้า ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก	3.34	1.08	ปานกลาง
ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.42	0.85	มาก

ผลจากตารางที่ 4.55 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความเห็นว่าความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจบริเวณอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.59, S.D. = 1.10) รองลงมา คือ การมีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (MEAN = 3.47, S.D. = 1.10) มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (MEAN = 3.44, S.D. = 1.08) การให้บริการร้านค้า ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก (MEAN = 3.34, S.D. = 1.08) และพื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณอ่าวมะนาว (MEAN = 3.27, S.D. = 1.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคม

แรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงงใจ
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังอ่าวมะนาว	3.70	1.12	มาก
2. ระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม	3.35	1.07	ปานกลาง
3. ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน	3.53	1.11	มาก
4. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.54	1.07	มาก
ภาพรวมด้านการคมนาคม	3.53	0.98	มาก

ผลจากตารางที่ 4.56 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการคมนาคมอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และปานกลาง 1 ข้อ โดยมีความเห็นว่าความสะดวกในการเดินทางมายังอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.70, S.D. = 1.12) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (MEAN = 3.54, S.D. = 1.07) ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน (MEAN = 3.53, S.D. = 1.11) และระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม (MEAN = 3.35, S.D. = 1.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนสื่อประเภทต่าง ๆ	3.09	1.19	ปานกลาง
2. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	3.12	1.13	ปานกลาง
3. มีการจัดเอกสาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	2.96	1.04	ปานกลาง
4. มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.12	1.08	ปานกลาง
5. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ	3.03	1.07	ปานกลาง
ภาพรวมด้านประชาสัมพันธ์	3.06	0.99	ปานกลาง

ผลจากตารางที่ 4.57 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยข้อการมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.12, S.D. = 1.13) รองลงมาคือ การมีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (MEAN = 3.12, S.D. = 1.08) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนสื่อประเภทต่าง ๆ (MEAN = 3.09, S.D. = 1.19)

มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ (MEAN = 3.03, S.D. = 1.07) และการจัดเอกสาร
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว (MEAN = 2.96, S.D. = 1.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ
เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการ

แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	MEAN	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.09	1.04	ปานกลาง
2. การต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการ	3.26	1.10	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.19	1.12	ปานกลาง
ภาพรวมด้านการบริการ	3.18	1.03	ปานกลาง

ผลจากตารางที่ 4.58 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจใน
การเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริการอยู่ในระดับ
ปานกลาง (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวไทยมีความเห็นว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาว
ไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.26, S.D. = 1.10) รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่
ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (MEAN = 3.19, S.D. = 1.12)
และความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (MEAN = 3.09, S.D. = 1.04) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์คำตอบส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละและใช้วิเคราะห์ คำตอบส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนคำตอบส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว นำมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผู้วิจัยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว และใช้สถิติสำหรับหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ (Least Significant Difference: LSD) วิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจะทำการทดสอบเมื่อพบนัยสำคัญหลังจากทดสอบด้วยสถิติ One-way ANOVA สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มากที่สุด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และอยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาวเป็นเวลา 1 วัน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากกว่า 3 ครั้ง เป็นจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 และแหล่ง ข้อมูลท่องเที่ยวมาจากการแนะนำของบุคคล จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 400 คน พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในระดับปานกลาง (MEAN = 3.34, S.D. = 0.85) โดยด้านการคมนาคมเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98) รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85) ด้านการให้บริการ (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) และด้านการประชาสัมพันธ์ (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

ด้านสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก (MEAN = 3.51, S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และปานกลาง

2 ข้อ โดยด้านความสวยงามของทะเลเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.76, S.D. = 1.10) และรองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาว (MEAN = 3.67, S.D. = 1.10) ความเงียบสงบ (MEAN = 3.66, S.D. = 1.08) ความมีชื่อเสียงของอ่าวมะนาว (MEAN = 3.53, S.D. = 1.09) อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม (MEAN = 3.30, S.D. = 1.08) และกิจกรรมการท่องเที่ยวอ่าวมะนาว (MEAN = 3.17, S.D. = 1.12) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก (MEAN = 3.42, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และปานกลาง 2 ข้อ โดยด้านความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจบริเวณอ่าวมะนาวเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.59, S.D. = 1.10) รองลงมาคือ การมีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (MEAN = 3.47, S.D. = 1.10) มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (MEAN = 3.44, S.D. = 1.08) การให้บริการร้านค้า ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก (MEAN = 3.34, S.D. = 1.08) และพื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณอ่าวมะนาว (MEAN = 3.27, S.D. = 1.09) ตามลำดับ

ด้านการคมนาคมในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับมาก (MEAN = 3.53, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และปานกลาง 1 ข้อ โดยด้านความสะดวกในการเดินทางมายังอ่าวมะนาวเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.70, S.D. = 1.12) และรองลงมาคือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (MEAN = 3.54, S.D. = 1.07) ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน (MEAN = 3.53, S.D. = 1.11) และระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม (MEAN = 3.35, S.D. = 1.07) ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.06, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.12, S.D. = 1.13) รองลงมาคือ การมีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (MEAN = 3.12, S.D. = 1.08) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนสื่อประเภทต่าง ๆ (MEAN = 3.09, S.D. = 1.19) มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ (MEAN = 3.03, S.D. = 1.07) และการจัดเอกสาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว (MEAN = 2.96, S.D. = 1.04) ตามลำดับ

ด้านการบริการในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.18, S.D. = 1.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการเป็นแรงงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากที่สุด (MEAN = 3.26, S.D. = 1.10) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (MEAN = 3.19, S.D. = 1.12) และความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (MEAN = 3.09, S.D. = 1.04) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1: ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 1.1 และ 1.1.1-1.1.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.2.5)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.3.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกันตาราง สมมติฐานที่ 1.3.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.3 และ 1.3.1-1.3.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.4.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.4.2-1.4.6)
สมมติฐานที่ 1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.5.1, 1.5.3 และ 1.5.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 1.6.2 และ 1.6.4-1.6.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.6.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.6.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางในแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 2.1 และ 2.1.1-2.1.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจที่ต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน	ปฏิเสธ (สมมติฐานที่ 2.2 และ 2.2.1-2.2.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.4.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน	ยอมรับ* (สมมติฐานที่ 2.5.1-2.5.3 และ 2.5.6)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านการบริการแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน	

*ยอมรับสมมติฐานเฉพาะบางด้านเท่านั้น

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน จำแนกเป็นรายด้านดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจทั้งในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 และสมมติฐานที่ 1.1.1-1.1.6 หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม และด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการปฏิเสธสมมติฐาน

ที่ 1.2.1-1.2.4 และสมมติฐานที่ 1.2.6 ส่วนสมมติฐานที่ 1.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สูงที่สุด และสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.2.5

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจทั้งในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าผู้วิจัยยอมรับสมมติฐานที่ 1.3 และสมมติฐานที่ 1.3.1-1.3.6 หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันจำแนกได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุด และสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.3.1

สมมติฐานที่ 1.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงสุดและสูงกว่าระดับอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจต่ำที่สุดและต่ำกว่าระดับอนุปริญญาและระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.3.2

สมมติฐานที่ 1.3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมี

สมมติฐานที่ 1.3.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมี

สมมติฐานที่ 1.3.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมี

ระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาสูงที่สุด และสูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอนุปริญา และปริญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับระดับสูงกว่าปริญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายและปริญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.3.6

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4.1

ส่วนสมมติฐานที่ 1.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพ่อบ้าน/ แม่บ้านสูงที่สุดและสูงกว่านักท่องเที่ยวไทยที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาอาชีพข้าราชการและพนักงานเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่าอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.2

สมมติฐานที่ 1.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวไทยที่เป็นเจ้าของกิจการ และพ่อบ้าน/ แม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.3

สมมติฐานที่ 1.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.4

สมมติฐานที่ 1.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพ่อบ้าน/ แม่บ้านสูงที่สุด และสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.5

สมมติฐานที่ 1.4.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนต่ำที่สุดและต่ำกว่าอาชีพพ่อแม่/ แม่บ้านและอาชีพเจ้าของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการต่ำที่สุดและต่ำกว่าอาชีพพ่อแม่/ แม่บ้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.6

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5.2 และ 1.5.4-1.5.5

ส่วนสมมติฐานที่ 1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.5.3

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.6.1 และ 1.6.3

สมมติฐานที่ 1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดต่ำที่สุด และต่ำกว่าสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.6.2

สมมติฐานที่ 2.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ/ โทรทัศน์ และการแนะนำของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.5.2

สมมติฐานที่ 2.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด และต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการแนะนำของบุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.5.3

สมมติฐานที่ 2.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว ในภาพรวมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์มีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจต่ำที่สุด และต่ำกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และการแนะนำของบุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.5.6

5.2 อภิปรายผล

ประเด็นสำคัญที่พบจากการวิจัย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 จากผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับ ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ที่ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จากข้อมูลของกระทรวงมหาดไทยในปี พ.ศ. 2558 (กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, 2558) ที่ได้รวบรวมสถิติประชากรในประเทศไทยไว้ว่า ประชากรเพศหญิงมีจำนวน 33,125,708 คน เพศชายมีจำนวน 31,999,008 คน แสดงให้เห็นว่าประชากรเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย จึงทำให้มีผลที่สอดคล้องกันว่าอัตรานักท่องเที่ยวเพศหญิงเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมากกว่าเพศชาย รวมทั้งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

5.2.2 จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมากับครอบครัวและญาติ ระยะเวลาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว 1 วัน และมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง โดยส่วนใหญ่ได้รับการแนะนำจากบุคคลและนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากอ่าวมะนาวตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ด้วยเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย จึงเหมาะแก่การเดินทางท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่มีเวลาจำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปพักผ่อนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลนิยมเดินทางไปอ่าวมะนาวซ้ำ เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงาม สอดคล้องกับ กุลวดี ละม้ายเงิน (2552) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จะได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จได้ ต้องมีองค์ประกอบ 5 ประการ 1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจกับนักท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการเข้าถึงของพื้นที่ 3) ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว 4) ที่พักแรม 5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวและผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว เพราะได้รับการแนะนำจากบุคคล สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า พฤติกรรม

ของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่นั่น ส่วนหนึ่งมาจากการแนะนำจากบุคคลทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เพื่อเปลี่ยน บรรยากาศ ได้เจอสิ่งใหม่ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ และเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง และบอกกล่าวให้บุคคลอื่น มาท่องเที่ยว

5.2.3 จากข้อค้นพบในสมมติฐานที่ 1 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน สอดคล้องกับ กุลนิภัทร์ บุญรุ่ง (2553) ซึ่งทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุยแตกต่างกันเนื่องจากลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ให้เกิดการแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2529)

จากสมมติฐานที่ 1.2 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงที่สุดและสูงกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ คือ ผู้ที่เกษียณอายุที่ค่อนข้างมีเวลามากในการทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงมักจะเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลดความตึงเครียดที่ผ่านการทำงานมานานหลายปี อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีความพร้อมทางด้านการเงินจึงเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความคุ้มค่าในการซื้อ ต้องการความปลอดภัยสูง โดยยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่ม (Kotler & Armstrong, 2006) ซึ่งสอดคล้องกับสมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน (2553) กล่าวว่า ผู้สูงอายุจัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่อาจจะช่วยฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันเพราะมีกำลังซื้อเนื่องจากจำนวนของคนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี และยังสามารถท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องจำกัดด้านเวลา

จากสมมติฐานที่ 1.5 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ต่ำที่สุด และต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆเนื่องจากอ่าวมะนาวนั้นถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ราคาไม่แพง ที่พักเป็นอาคารสวัสดิการของกองทัพอ่าวมะนาว หรือคอนโดฟ้าชมคลื่นที่เป็นโรงแรมที่มีเพียงแห่งเดียวไว้คอยรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก และต้องจองล่วงหน้า 1 เดือน ส่วนร้านอาหารก็จะเป็นศูนย์อาหารอ่าวมะนาวที่รวมเมนูหลากหลายราคาถูกไว้ที่นี่อีกด้วย ซึ่งเป็นข้อจำกัดของที่พักและร้านอาหารที่มีเพียงแห่งเดียว จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีแรงจูงใจมาเที่ยวอ่าวมะนาวนั้นไม่มากนัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

5.2.4 จากข้อค้นพบในสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวในรายด้านแตกต่างกัน จำแนกได้ดังนี้

จากสมมติฐานที่ 2.3 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันซึ่งพบว่าค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง สูงที่สุดเนื่องจากอ่าวมะนาวตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก การเดินทางสะดวกสบาย สามารถเดินทางมาเที่ยวได้โดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง หรือรถไฟ ฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงนิยมมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวและมักจะกลับมาเที่ยวอ่าวมะนาวบ่อย ๆ

จากสมมติฐานที่ 2.4 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรูปแบบการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถของบริษัทยานพาหนะที่เช่ามาเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากอ่าวมะนาวนั้นอยู่ในเขตทหารที่มีเจ้าหน้าที่ทหารคอยดูแลความปลอดภัยและมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่คอยให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับอ่าวมะนาว จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวอ่าวมะนาวได้ด้วยตัวเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว และสามารถปั่นจักรยานที่มีให้เช่าที่อ่าวมะนาว หรือถ้าต้องการความสบายที่นี้ก็จะมียานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชมรอบ ๆ อ่าวมะนาวอีกด้วย ฉะนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี้ก็มักจะมาเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าจะใช้บริษัททัวร์นำเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 2.5 ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกัน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ต่ำที่สุด เนื่องจากเว็บไซต์ของอ่าวมะนาวที่มีอยู่นั้น ข้อมูลเกี่ยวกับอ่าวมะนาวไม่ชัดเจนและจำนวนข้อมูลน้อย เช่น รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติเบื้องต้นของอ่าวมะนาว สิ่งนี้นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติ เป็นต้น จึงทำให้การสืบค้นข้อมูลออนไลน์ไม่สะดวกกับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจหาข้อมูลอ่าวมะนาว เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวนิยมใช้อินเทอร์เน็ต ข้อมูลในด้านเว็บไซต์จึงสำคัญเป็นอย่างมาก

5.2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว จำแนกตามองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการบริการ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในด้านความสวยงามของทะเลสูงที่สุดเนื่องจากอ่าวมะนาวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำทะเลใสสะอาด และสามารถมองเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลได้ อาทิ

ปะการังสมอง ปลาตาว และแมงกะพรุนไฟ อีกทั้งที่ยังถูกจัดอันดับให้เป็นชายหาดที่สวยงามระดับ 5 ดาว ในปี 2558 แห่งเดียวในประเทศไทย โดยได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อ่าวมะนาวนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในด้านความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจบริเวณอ่าวมะนาวสูงที่สุดเนื่องจากอ่าวมะนาวนั้นมีพื้นที่บริเวณชายหาดที่กว้างและปกคลุมด้วยต้นสนใหญ่คอยบังร่มเงา จึงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอ่าวมะนาวเป็นอย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักจะนำเสื้อมาปูหรือนั่งเก้าอี้ผ้าใบตามบริเวณชายหาดกับครอบครัว เพื่อน ๆ หรือคนรัก และทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน อาทิ รับประทานอาหาร พุดคุย ชมท้องทะเล เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ด้านการคมนาคม พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในด้านความสะดวกของการเดินทางมายังอ่าวมะนาวสูงที่สุดเนื่องจากการเดินทางจากกรุงเทพมหานครมายังอ่าวมะนาวนั้นสามารถเดินทางได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง หรือรถไฟ และมีระยะทางรวม 400 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอหัวหินเพียง 150 กิโลเมตร จึงทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมีความสะดวกสบาย

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในด้านศูนย์ประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวสูงที่สุดเนื่องจากการที่อ่าวมะนาวมีศูนย์บริการข้อมูลและเจ้าหน้าที่ไว้คอยต้อนรับนักท่องเที่ยวตั้งอยู่บริเวณริมทะเลอ่าวมะนาว โดยเปิดบริการทุกวัน ซึ่งศูนย์บริการนี้จะคอยประกาศข้อมูลต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ และให้คำแนะนำการท่องเที่ยวในบริเวณอ่าวมะนาวให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด อีกทั้งยังมีใบปลิวอ่าวมะนาวที่ให้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสอบถามข้อมูลอีกด้วย

ด้านการบริการ พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในด้านการต้อนรับของพนักงานบริการสูงที่สุดเนื่องจากพนักงานที่ให้บริการที่อ่าวมะนาวนั้นมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม อ่อนโยน จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวอ่าวมะนาวอีกครั้ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 จากผลการวิจัย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ถึงแม้ว่าอ่าวมะนาวนั้นจะมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายให้นักท่องเที่ยว แต่บริเวณในการทำกิจกรรมนั้น ๆ มีพื้นที่น้อย แคบ และอยู่ติดกันมาก เช่น พื้นที่ยิงธนูและคอกม้าอยู่ในบริเวณเดียวกัน

ทำให้เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมีจำนวนมากก็จะทำให้เกิดการเบียดเสียดและแย่งกันทำกิจกรรมนั้น ๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวบางคนเข้าถึงกิจกรรมนั้นไม่ได้ดังนั้นจึงเสนอแนะว่าควรลดบางกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการน้อยออกเพื่อขยายพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจจะได้เข้าถึงกิจกรรมนั้น ๆ ได้อย่างง่ายดายและเกิดความพึงพอใจมากที่สุด หรืออาจจะประชาสัมพันธ์กิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในบริเวณเดียวกันให้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจมากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะไม่ต้องไปแย่งทำกิจกรรมนั้น ๆ มากเกินไป

5.3.2 จากผลการวิจัย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากแต่พบว่าในด้านพื้นที่ที่ถึงขยะหรือถึงขยะบริเวณอ่าวมะนาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เนื่องจากพื้นที่ที่ถึงขยะในบริเวณอ่าวมะนาวนั้นยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในบริเวณอ่าวมะนาว จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินไปถึงขยะในระยะทางที่ไกล จึงเสนอแนะว่าควรมีถังขยะอยู่ทุกจุดเพื่อให้ความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวและทำให้เกิดความพึงพอใจ รวมถึงลดการเกิดปัญหาถึงขยะตามบริเวณต่าง ๆ อีกด้วย

5.3.3 จากผลการวิจัย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการคมนาคมอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าในด้านระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเพราะถึงแม้ว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวอ่าวมะนาวนั้นสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถไฟ แต่ระยะทางเดินทางนาน 4 ชั่วโมง ดังนั้นจึงเสนอแนะว่าต้องหาวิธีการเดินทางที่สามารถใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวให้น้อยลงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น ทางภาครัฐและกองบิน 5 ร่วมกันประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการเดินทางให้นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางโดยใช้บริการเครื่องบินเพื่อความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชื่นชอบในการนั่งรถนาน ๆ โดยการนั่งเครื่องบินมาลงที่ท่าอากาศยานหัวหินและเช่ารถหรือนั่งรถตู้ต่อเข้ามาเดินทางเข้ามาที่อ่าวมะนาวได้ รวมระยะเวลาในการเดินทางทางประมาณ 2 ชั่วโมงกว่าเท่านั้น

5.3.4 จากผลการวิจัย ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้นเนื่องจากโดยส่วนใหญ่การประชาสัมพันธ์อ่าวมะนาวนั้นมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่การประชาสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ นั้นยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น โดยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์เนื่องจากในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตมีการใช้อย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากและรวดเร็วซึ่งสังเกตได้ว่าเว็บไซต์อ่าวมะนาวที่มีอยู่นั้นเมื่อเปิดเข้าไปชมหน้าแรกจะขึ้นเป็นข้อมูลการติดต่อที่พิกัดสำหรับนักท่องเที่ยว และมีแต่ประวัติที่พักนั้น ๆ ซึ่งควรจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติอ่าวมะนาวและรูปภาพที่สวยงาม

เช่น รูปภาพน้ำทะเล บริเวณชายหาด รูปภาพนักท่องเที่ยวเคยมาท่องเที่ยวที่นี่เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจอยากเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด และอีกสิ่งหนึ่งคือควรมีข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยว อ่าวมะนาวที่ชัดเจน เนื่องจากอ่าวมะนาวนั้นเป็นเขตทหาร ควรมีข้อปฏิบัติเอาไว้ให้กับนักท่องเที่ยวที่กำลังหาข้อมูลวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าจะได้นำมาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

5.3.5 จากผลการวิจัย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้นซึ่งพบว่าในด้านความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวมีคนที่ให้บริการน้อยมาก จึงทำให้เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนมาก เจ้าหน้าที่จึงไม่สามารถบริการให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นควรมีเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องและสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรทำวิจัยในเชิงคุณภาพหรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทราบถึงเหตุของแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

5.4.2 ควรทำการวิจัยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับมีแรงจูงใจแตกต่างกันหรือไม่และนำผลการวิจัยมาประกอบการสร้างกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของอ่าวมะนาวต่อไป

5.4.3 ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง. (2558). *ประชากรไทย*. สืบค้นจาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). *สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รวมทั้งเปรียบเทียบปัญหาและโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *สรุปสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ*. สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *อ่าวมะนาว*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org>.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลนิภัทร์ บุญรุ่ง. (2553). *ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). *องค์ประกอบของการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://www.kmuttaradit.com/index.php?option=com>.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). *ประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชีวานันท์ วุฒิพันธ์. (2549). *พฤติกรรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://vdo.kku.ac.th/mediacenter/libs/html/1274/content.doc>.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). *องค์ประกอบพื้นฐานด้านอุตสาหกรรม [อุตสาหกรรมท่องเที่ยว]*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- พัศวรรณ กุลสถาพร. (2556). *ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2524). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประวัติอ่าวมะนาว. (2553). สืบค้นจาก <http://www.aomanao.com/index.php>.

- ปวริศา ลิทธิสาร. (2551). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม* [เอกสารประกอบการสอน]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). *การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ. (2547). *ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ จันทวงศ์. (2557). *ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* [เอกสารประกอบการสอน]. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2553). *นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว*. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 2(1), 113-114.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1996). *Theories of mass communication*. London: Longman.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing* (11th ed.). New Jersey: Pearson.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์จัดทำขึ้นเพื่อศึกษา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหารกองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา คำตอบนี้จะไม่มีผลใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะถือคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นความลับและนำเสนอผลการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2. 20 – 30 ปี

☐ 3. 31 – 40 ปี

☐ 4. 41 – 50 ปี

☐ 5. 51- 60 ปี

☐ 6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

☐ 4. อนุปริญญา/ ปวส.

☐ 5.ปริญญาตรี

☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ 1.นักเรียน/ นักศึกษา ☐ 2.ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 4. เจ้าของกิจการ/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- ☐ 5. พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ ☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2. 15,000-30,000 บาท
- ☐ 3. 30,001-50,000 บาท ☐ 4. 50,000 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

- ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส
- ☐ 3. หม้าย/ หย่าร้าง ☐ 4. แยกกันอยู่

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวอ่าวมะนาวกองบิน 5 เขตทหารกองทัพอากาศ อำเภอเมือง
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่คิดว่าตรงที่สุดเพียง 1 ข้อ

7. ผู้ร่วมเดินทาง

- ☐ 1. เดินทางคนเดียว ☐ 2. ครอบครัว/ญาติ ☐ 3. เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
- ☐ 4. คนรัก/แฟน ☐ 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณ อ่าวมะนาว

- ☐ 1. 1 วัน ☐ 2. 2 – 3 วัน ☐ 3. มากกว่า 3 วัน

9. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว (รวมครั้งนี้)

- ☐ 1. 1 ครั้ง ☐ 2. 2 – 3 ครั้ง ☐ 3. มากกว่า 3 ครั้ง

10. รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยว

- ☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2. รถโดยสารประจำทาง
- ☐ 3. รถของบริษัทนำเที่ยว ☐ 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**11. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ
อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จากแหล่งใด**

- ☐ 1. สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์ฯลฯ ☐ 2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว, นิตยสาร, วารสาร
- ☐ 3. วิทยุ/โทรทัศน์ ☐ 4. การแนะนำของบุคคล
- ☐ 5. อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของท่านในด้านต่าง ๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวกองบิน 5

เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าหัวข้อที่ตรงกับการเห็นด้วยของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
12. ความมีชื่อเสียงของอ่าวมะนาว					
13. ความสวยงามของทะเล					
14. ความเงียบสงบ					
15. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว อ่าวมะนาว					
16. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม เช่น ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ราคาที่พัก ฯลฯ					
17. กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในอ่าวมะนาว เช่น Banana Boat ปั่นจักรยาน นั่งเรือสปีด โบ๊ทชมปะการัง					
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
18. พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว					
19. มีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับ นักท่องเที่ยว					
20. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
21. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อน ใจบริเวณอ่าวมะนาว					
22. การให้บริการร้านค้า/ ร้านอาหาร/ ร้านขายของที่ระลึก					

แรงจูงใจของท่านในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอ่าวมะนาว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ด้านคมนาคม					
23. ความสะดวกในการเดินทางมายัง อ่าวมะนาว					
24. ระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม					
25. ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน					
26. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการ เดินทาง					
4. ด้านประชาสัมพันธ์					
27. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อ การท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ และสื่อประเภท ต่าง ๆ					
28. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและ บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
29. มีการจัดเอกสาร แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว					
30. มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว					
31. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความ ช่วยเหลือ					
5. ด้านการให้บริการ					
32. ความรวดเร็วในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่					
33. การต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงาน บริการ					
34. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูล แนะนำ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

อารดา ลายละเอียด

อีเมล

arada.lail@bumail.net

ประวัติการศึกษา

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มัธยมศึกษา โรงเรียนประจวบวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน

2559-ปัจจุบัน บริษัทเซนธนาซัพพลีเมนต์ จำกัด
2557 บริษัทเอสเอสเทคโนโลยี ประเทศไทย จำกัด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 16 เดือน มกราคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อภิชาติ สุขะชัยกุล อยู่บ้านเลขที่ 277/12

ขอ ยื่น ถิ่น ถนน - ตำบล/แขวง คลองขวาง

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ รหัสไปรษณีย์ 77000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570500160

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมา

ท่องเที่ยวในช่วงเวลา 6 เดือน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกมาทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและค่าใช้จ่ายเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวอารดา ลาขละเอี๊ยต)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร