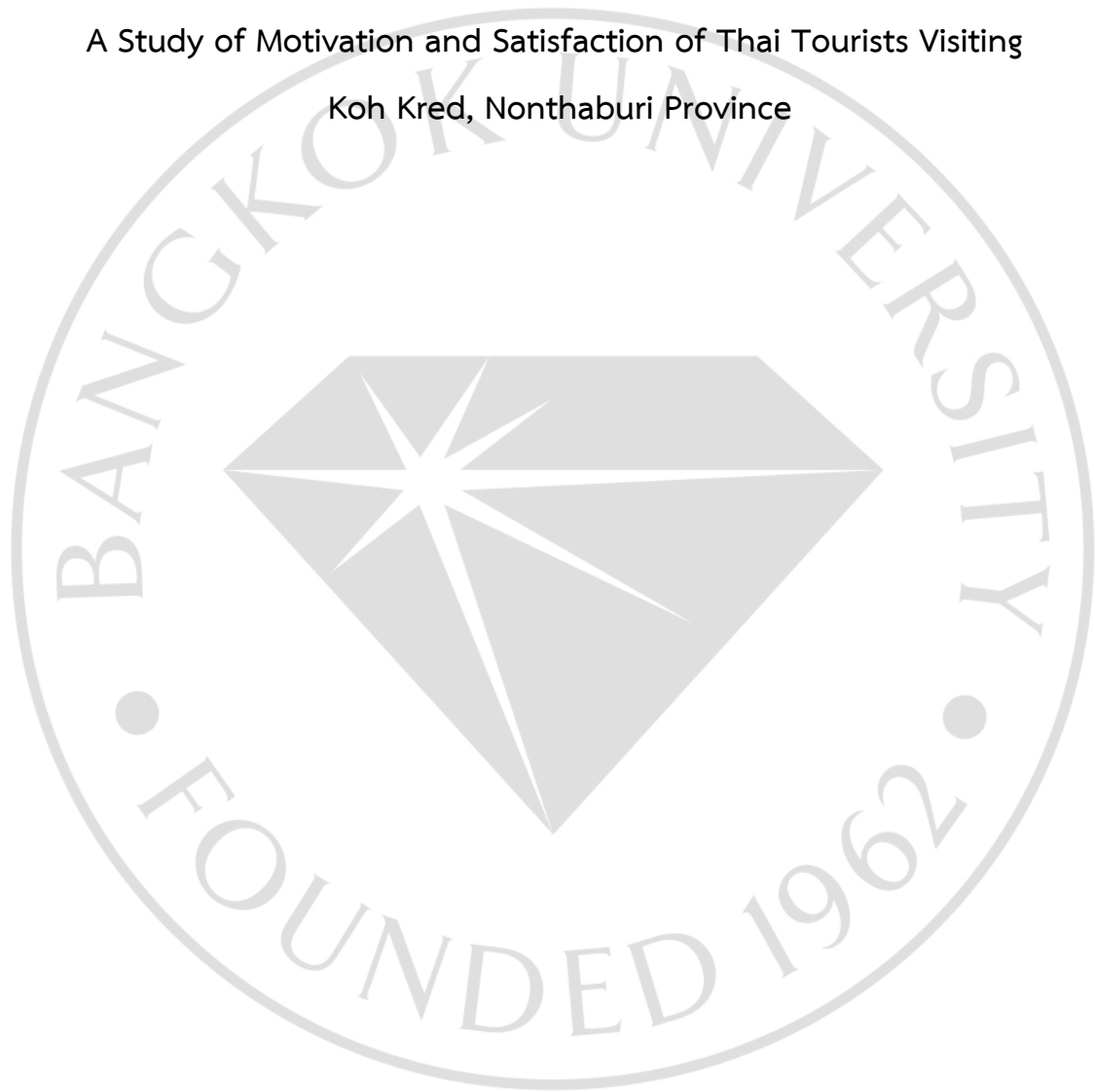


การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

A Study of Motivation and Satisfaction of Thai Tourists Visiting
Koh Kred, Nonthaburi Province



การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

A Study of Motivation and Satisfaction of Thai Tourists Visiting

Koh Kred, Nonthaburi Province



เพียงธาร ผลิพืช

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2563



©2564

เพียงธาร ผลิพืช

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัย เพียงธาร พลีพีช

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผศ. ดร. สมยศ วัฒนากมลชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 มีนาคม 2564

เพียงธาร ผลิพีช. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการ
ท่องเที่ยว, มีนาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว
เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี (80 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. สมยศ วัฒนากมลชัย

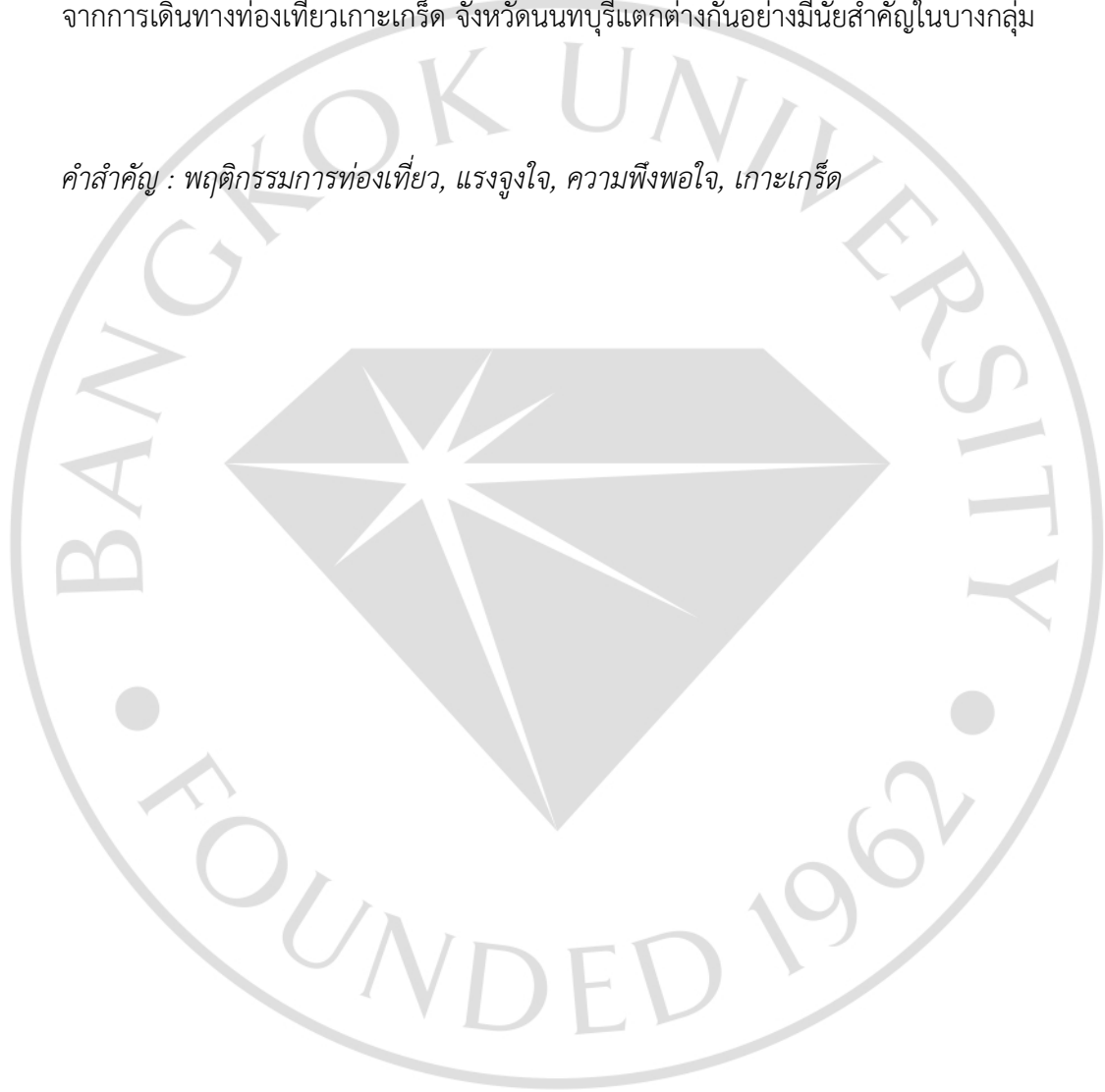
บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 408 คน โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่า
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที
(Independent Sample T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดย
ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี โสด จบ
การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอิสระหรือพนักงานบริษัทเอกชนพบ และมีรายได้ต่อเดือน
10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ใช้เรือในการ
เดินทาง มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ทราบข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิด/รู้จัก มีเป้าหมายเพื่อมาท่องเที่ยวสถานที่
แปลกใหม่ ผลการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในปัจจัยด้านเหตุผลพบว่าส่วนใหญ่เดินทางเพื่อ
พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกาย และจิตใจ และในด้านปัจจัยที่ดึงดูด
นักท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยหลัก คือ ความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาด้านความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านคมนาคมมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทาง แรงจูงใจในการเดินทาง และ ความพึงพอใจ จากการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในบางกลุ่ม

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว, แรงจูงใจ, ความพึงพอใจ, เกาะเกร็ด



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

A Study of Motivation and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Koh Kred,
Nonthaburi Province. (80 pages)

Advisor : Asst. Prof. Dr. Somyot Wattanakamolchai



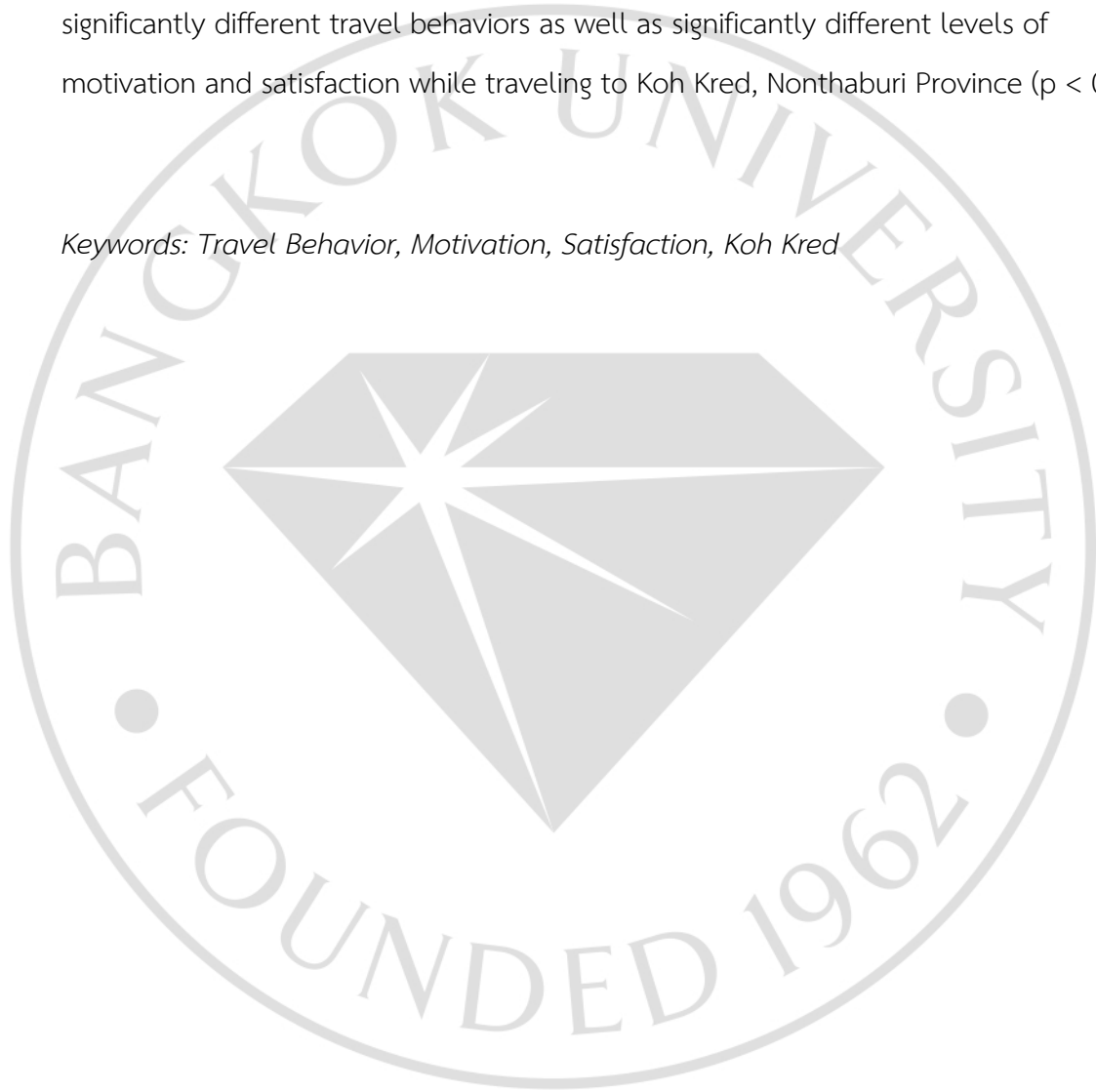
ABSTRACT

The study objective was to study the motivation and satisfaction of Thai tourists visiting Koh Kred, Nonthaburi Province. Data from 408 questionnaires were collected and analyzed. Statistics employed included descriptive analyses such as percentages, average means, and standard deviations and inferential analyses such as independent sample t-test and One-way ANOVA. The significance level at 0.05 was adopted as the criterion.

Most respondents were female, aged between 31-40 years old, single, holding a bachelor's degree, being self-employed or employed by private companies and having an average income between 10,001-20,000 baht. Regarding travel behaviors, most respondents traveled by boat and traveled to Koh Kred for the first time. They knew about Koh Kred from an acquaintance and traveled to seek novelty and strangeness. Regarding travel purposes, they traveled for recreation and relaxation from physical and mental fatigue. Regarding satisfaction, most respondents were most satisfied with the logistics to and around Koh Kred.

The hypothesis testing results showed that tourists from certain groups of gender, age, education level, marital status, occupation and monthly income had significantly different travel behaviors as well as significantly different levels of motivation and satisfaction while traveling to Koh Kred, Nonthaburi Province ($p < 0.05$).

Keywords: Travel Behavior, Motivation, Satisfaction, Koh Kred



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดิมทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร. สมยศ วัฒนากมลชัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ จึงสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และขอขอบพระคุณ ผศ. ดร. ดวงธิดา ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ มาโดยตลอด

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ นิสิตนักศึกษาที่คอยช่วยเหลือ และคอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำ การค้นคว้าอิสระตลอดเวลาที่ผ่านมา

ท้ายที่สุดนี้ หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อยสำหรับผู้สนใจ ตลอดจนผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้ศึกษาต่อไปในอนาคต

เพียงธาร ผลิพีช



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง-จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ-ช
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ-ฏ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 สมมติฐานงานวิจัย	3
1.5 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.6 คำถามงานวิจัย	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	15
2.5 บริบทและความเป็นมาของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	16
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.7 กรอบแนวความคิด	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	29
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว	34
4.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว	36
4.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	38
4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	40
4.5 การทดสอบสมมุติฐาน	42
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	
5.1 สรุปผลการศึกษา	66
5.2 การอภิปรายผล	68
5.3 ข้อเสนอแนะ	69
5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	73
ประวัติผู้เขียน	80
เอกสารขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

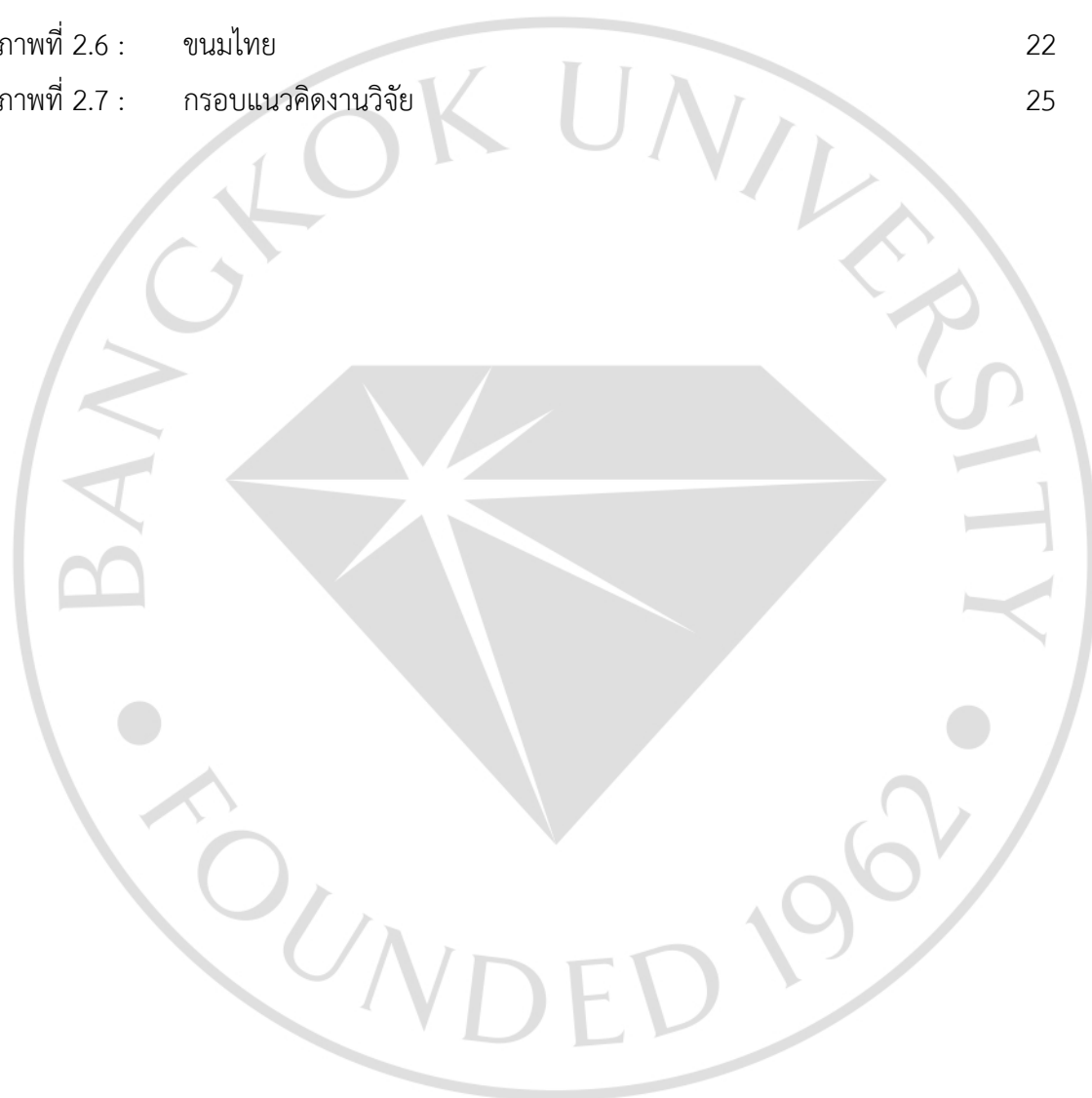
	หน้า
ตารางที่ 1.1 : สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนนทบุรี ในปี 2561	2
ตารางที่ 2.1 : โบราณสถาน	19
ตารางที่ 3.1 : ตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของท่าเรือ ยามาเน่ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความ คล้ายเคลื่อนต่าง ๆ	27
ตารางที่ 3.2 : ตารางสมมติฐาน	31
ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	33
ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ เดินทางมา ท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	35
ตารางที่ 4.3 : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	37
ตารางที่ 4.4 : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	39
ตารางที่ 4.5 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศ	41
ตารางที่ 4.6 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุ	42
ตารางที่ 4.7 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตาม รายได้ต่อเดือน.	43
ตารางที่ 4.8 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบ ตามสถานภาพสมรส	44
ตารางที่ 4.9 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพ	45
ตารางที่ 4.10 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตาม การศึกษา	46
ตารางที่ 4.11 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตาม เพศของนักท่องเที่ยว	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุของนักท่องเที่ยว	48
ตารางที่ 4.13 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว	49
ตารางที่ 4.14 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	50
ตารางที่ 4.15 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพของนักท่องเที่ยว	52
ตารางที่ 4.16 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	54
ตารางที่ 4.17 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศของนักท่องเที่ยว	56
ตารางที่ 4.18 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุของนักท่องเที่ยว	57
ตารางที่ 4.19 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามสถานภาพ สมรสนักท่องเที่ยว	59
ตารางที่ 4.20 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว	60
ตารางที่ 4.21 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพของนักท่องเที่ยว	61
ตารางที่ 4.22 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	62

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : วัดปรมัยยิกาวาส	19
ภาพที่ 2.2 : วัดเสาชิง	20
ภาพที่ 2.3 : วัดฉิมพลีสุทธาวาส	20
ภาพที่ 2.4 : วัดป่าเลไลยก์	21
ภาพที่ 2.5 : เครื่องปั้นดินเผา	21
ภาพที่ 2.6 : ขนมไทย	22
ภาพที่ 2.7 : กรอบแนวคิดงานวิจัย	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามามากกว่าหลายแสนบาท และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทางบวกต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงานสู่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและประชากรท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มีอาชีพ หรือนำไปสู่การพัฒนาทั้งทางตรงและทางอ้อม เกิดการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดนั้น ๆ การสร้างระบบบริการพื้นฐาน การคมนาคม ธุรกิจการค้า อาหารและการพักผ่อน รวมไปถึงการบริการด้านอื่น ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี ๆ ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง คือ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดใหญ่กลางแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นชุมชนที่เจริญมาตั้งแต่ปลายสมัยอยุธยา วัดต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นบนเกาะเกร็ด เป็นเกาะแม่น้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง และมีฐานะเป็นตำบลหนึ่งในท้องที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีเนื้อที่ประมาณ 4.2 ตารางกิโลเมตรหรือ 2,625 ไร่ เป็นที่อยู่ของชาวไทยเชื้อสายมอญที่มีอาชีพปั้นเครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนใหญ่ เกาะเกร็ดเกิดจากการขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยาเมื่อปี พ.ศ. 2265 ในรัชสมัยพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ คลองลัดดังกล่าวเรียกว่า "คลองลัดเกร็ดน้อย"หรือ "คลองเตร็ดน้อย" ดังปรากฏในพระราชพงศาวดารกรุงสยามฉบับบริติชมิวเซียม ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศเนื่องจากไหลทางตรงได้สะดวกกว่าและกัดเซาะตลิ่งทำให้คลองสายนี้ขยายเป็นแม่น้ำลัดเกร็ด แผ่นดินตรงแหลมจึงกลายเป็นเกาะกลางแม่น้ำ ในรัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ระบุในโฉนดชื่อว่า เกาะศาลากุล ตามชื่อวัดศาลากุลที่สร้างโดยเจ้าพระยารัตนาธิเบศร์ (กุน รัตนกุล) ตั้งแต่สมัยธนบุรี ต่อมาเมื่อตั้งอำเภอปากเกร็ด จึงเรียกเป็น เกาะเกร็ด (สำนักงานพัฒนาชุมชน, 2562)

ลักษณะภูมิประเทศของเกาะเกร็ด มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบต่ำล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณพื้นที่ริมน้ำเป็นที่ลุ่มมากกว่าตอนกลาง พื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ราบน้ำท่วมถึง ทำให้พื้นที่ทั่วทั้งเกาะเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำเกษตรกรรม ดังจะเห็นได้ว่าการทำสวนไม้ผลไม่ยืนต้น

อยู่ทั่วไป ผลไม้ที่นิยมปลูกได้แก่ กล้วย มะม่วง มะพร้าว ส้มโอ บริเวณส่วนกลางของเกาะเกร็ดแต่เดิม เป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า แต่ไม่มีการทำนามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เนื่องจากบริเวณกลางเกาะเป็นที่ดอน สูงกว่าบริเวณริมเกาะ การดึงน้ำเข้าสู่พื้นที่นาต้องอาศัยเครื่องสูบน้ำอีกทั้งสภาพคูคลองภายในเกาะ เกร็ดปัจจุบันดินชั้นไม่มีมีการขุดลอกมาเป็นระยะเวลานาน การทำนาจึงไม่คุ้มกับการลงทุน ทำให้พื้นที่ นาในอดีตกลายเป็นพื้นที่รกร้างเป็นผืนใหญ่ติดต่อกัน ส่วนพื้นที่ริมเกาะเป็นพื้นที่ลุ่มจึงทำให้เกิดน้ำท่วมได้ง่าย เกาะเกร็ดจึงประสบปัญหาเรื่องน้ำท่วมในช่วงฤดูน้ำหลากเป็นประจำทุกปี คือ ช่วงระหว่างเดือนกันยายน และเดือนพฤศจิกายน ประกอบกับพื้นที่มีลักษณะเป็นดินเหนียวอุ้มน้ำได้ดี ทำให้การระบายน้ำค่อนข้างล่าช้าจึงเกิดน้ำท่วมขัง (Thailand Tourism, 2561)

เกาะเกร็ดมีแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมจำนวนมาก ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงผจญภัยและอื่น ๆ สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่นิยมบนเกาะเกร็ดได้แก่ ร้านเครื่องปั้นดินเผา พิพิธภัณฑสถานเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องปั้นทางศิลปะแขนงต่าง ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้บนเกาะเกร็ดยังมีกิจกรรมให้ทำอีกมากมาย เช่น การปั่นจักรยานรอบเกาะ และยังมีตลาดที่มีขนมไทย ของกิน และของใช้ที่ขึ้นชื่อของเกาะเกร็ดอยู่มากมาย หรือสามารถนั่งเรือรอบเกาะเกร็ดชมทัศนียภาพรอบเกาะ นอกจากนี้เกาะเกร็ดยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เชิงศิลปะและวัฒนธรรม เช่น วัดปรมย์ยิกาวาส (วัดปากอ่าว) วัดเสาธง วัดไผ่ล้อม และวัดฉิมพลีสุทธาวาส เป็นต้น

ทั้งนี้เกาะเกร็ดยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี ถึงแม้จะเป็นเพียงจังหวัดเล็ก แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่ขาดสาย ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนนทบุรี ปี 2561 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 : สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนนทบุรี ในปี 2561

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน (คน)	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน (คน)	รวม (คน)
2561	41,682,963	23,851,318	65,534,281

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ รายจังหวัด*.

สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521.

ทั้งนี้ด้วยศักยภาพของเกาะเกร็ดที่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ และสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม การเดินทางสะดวกสบายแต่ด้วยขนาดของจังหวัดนนทบุรีจึงยังไม่ได้เป็นตัวเลือกในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสักทีเดียวเมื่อเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานครฯ ที่อยู่ติดกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจสำรวจ เรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ องค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานราชการตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะนำแนวทางในการดำเนินการวางแผนปรับปรุง การท่องเที่ยว การให้บริการให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งยังส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งรายใหญ่ รายย่อย รวมไปถึงชาวบ้านในที่ทำการค้าหรือมีธุรกิจบนเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี
- 1.3.2 สามารถนำไปต่อยอดหรือปรับปรุงการให้บริการ หรือสถานที่ให้ดียิ่งขึ้น และอาจจะช่วยในการวางแผนการตลาดให้ตรงกับปัจจัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดได้มากขึ้น

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา มีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน
- 1.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน
- 1.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา มีระดับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างสำรวจครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ดังกล่าว โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยว 40,000,000 ล้านคน ตามตารางที่ 1.1

1.6 คำถามงานวิจัย

1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิฐานะ มีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิฐานะ มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

1.6.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิฐานะ มีระดับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ การจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอกได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งการจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า การจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่น ๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้

1.7.2 ความพึงพอใจ หมายถึง ทักษะคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

1.7.3 แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ อื่น ๆ สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และกิจกรรม เป็นสถานที่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

1.7.4 นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่ของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์มิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้, ผู้ที่เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลิน.

1.7.5 พฤติกรรม หมายถึง เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการ

บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 บริบทและความเป็นมาของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวความคิด



2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

2.1.2 ความหมายของแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) เป็นการศึกษาทางสถิติของประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มนุษย์ จัดเป็นวิทยาศาสตร์ทั่วไปแขนงหนึ่ง ศาสตร์นี้สามารถใช้วิเคราะห์ประชากรมีชีวิตพลวัตใด ๆ ก็ได้ คือ ประชากรที่เปลี่ยนแปลงตามเวลาหรือสถานที่ ประชากรศาสตร์ครอบคลุมการศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากรเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงหรือเวลาในประชากรเมื่อมีการ เกิด การย้ายถิ่น การเปลี่ยนตามวัยและการเสียชีวิต สามารถประมาณการประชากรของโลกได้โดย อาศัยการวิจัยทางประชากรศาสตร์ การวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์สามารถครอบคลุมทั้งสังคมหรือกลุ่มที่ใช้เกณฑ์นิยาม เช่น การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนาและชาติพันธุ์ สถาบันการศึกษาปกติมักถือว่าเป็นสาขาหนึ่ง แต่บางทีก็มี แผนกประชากรศาสตร์แยกออกมาต่างหาก ประชากรศาสตร์รूपนัยจำกัดวัตถุประสงค์เฉพาะการวัด กระบวนการประชากร ส่วนสาขาประชากรศาสตร์สังคมหรือประชากรศึกษาที่กว้างกว่ายังวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและชีววิทยาที่มีผลต่อประชากร ด้วย

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2554) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิต ครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาดเพราะเกี่ยวข้องกับ อุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้น ของตลาดใหม่ และตลาดอื่นทั้งหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่สำคัญมี อายุ เพศ การศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรส

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ระบุว่า ด้านลักษณะประชากร (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุสถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วน การตลาด ด้านลักษณะประชากร เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดเป้าหมาย ตัวแปร ด้านลักษณะ ประชากรที่สำคัญมีดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ

1) เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์ อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกัน อย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและ กิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2) อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดพฤติกรรม คนที่อายุน้อย มักจะมีความคิดที่มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่ ยึดถือ การปฏิบัติ ธรรมเนียม และมองโลกตามความเป็นจริงมากกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากอาจจะผ่าน ประสบการณ์ในการดำเนินมาชีวิตมากกว่า ลักษณะความสนใจด้านการสื่อสารมวลชนจึงแตกต่างกัน คนที่อายุมากกว่าจะมีความสนใจด้านการหาข่าวสาร มากกว่าหาความบันเทิง

3) การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิด และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาที่ดีอาจจะเปรียบเทียบกับเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความตระหนัก เข้าใจสารได้ดี และมีเหตุผลในการรับสาร ในขณะที่คนมีการศึกษาที่น้อยกว่า มักจะเกิดความตระหนัก และใช้เหตุใช้ผล มากกว่าในการรับสาร และกลุ่มเป้าหมายในการรับสารอาจจะแตกต่างกันออกไป

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานะทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพล สำคัญต่อปฏิกิริยาต่อผู้รับสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและ เป้าหมายที่ต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งสำคัญต่อความต้องการ และเป้าหมายของ ผู้บริโภค ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ทางประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก เป้าหมายในการบริโภค

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2019) ระบุว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของ นักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการ กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดย พฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก เป็นส่วนใหญ่

2.2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกพฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายใน การการกระทำเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้เห็นว่าตน เดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบ นิเวศน์ดั้งเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง การที่โอกาส เวลาหรือเหตุการณ์เอื้ออำนวยให้ทำกิจกรรม หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง อย่างเช่น การออกไปท่องเที่ยวพักผ่อนในช่วงวันหยุดเพราะไม่ต้องทำงานหรือกิจกรรมอย่างอื่น

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พ้อใจมากที่สุด สถานการณ์นั้น ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่ยกท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

2.2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2019) กล่าวถึงการจัดประเภทของนักท่องเที่ยวว่าสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

1) ตามการจัดการเดินทาง

Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน

Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

2) ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

3) ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ

การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (holiday-mass Popular individual)

การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้น ๆ เป็นเวลานาน

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

4) ตามวิธีการเดินทาง

แบบเหมาจ่าย (Package Tour)

แบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)

แบบเป็นรางวัล (Incentive Tour)

แบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

2.2.4 แนวคิดและความสำคัญของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หรือพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีความหมายใกล้เคียงกัน ดังนั้น การกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ดังนี้

ชวลินุช อุทยาน (2019) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

2.2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

McGregor (อ้างถึงใน สมยศ นาวิกา, 2539: 131) กล่าวว่าทฤษฎี X และทฤษฎี Y เป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในองค์การ ได้ศึกษา 2 ทฤษฎี คือ

1) ทฤษฎี X กล่าวว่า

1.1 ผู้ปฏิบัติงานส่วนมากเกียจคร้าน และไม่ชอบทำงาน พยายามหลีกเลี่ยงการทำงานทุกอย่างเท่าที่จะทำได้

1.2 วิธีการควบคุมผู้ปฏิบัติงานใช้วิธีรุนแรง การใช้อำนาจบีบบังคับ หรือการขู่บังคับการควบคุมการเข้มงวดเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์

1.3 ไม่มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความกระตือรือร้นน้อยต้องการความปลอดภัยมากกว่าลักษณะของบุคคลตามทฤษฎี X ซึ่งให้เห็นว่า โดยธรรมชาติแล้ว มนุษย์ไม่ชอบทำงาน พยายามหลีกเลี่ยงงานเมื่อมีโอกาส แต่ในขณะที่เดียวกันมนุษย์สนใจประโยชน์ส่วนตัวไปด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องพยายามกำหนดมาตรฐานในการควบคุมอย่างใกล้ชิด มีการสั่งการโดยตรง หารจูงใจโดยให้ค่าตอบแทนเพิ่มขึ้น หรือค่าตอบแทนพิเศษ ผู้บริหารจะเห็นว่าจุดสำคัญของการจูงใจ คือ การตอบสนองความต้องการของคนด้วยความต้องการขั้นพื้นฐาน เท่านั้น

2) ทฤษฎี Y กล่าวว่า

2.1 ผู้ปฏิบัติงานชอบที่จะทุ่มเทกำลังกายกำลังใจให้กับงาน และถือว่าการทำงานเป็นการเล่นสนุกหรือการพักผ่อน ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะงานและลักษณะของการควบคุมงาน

2.2 ผู้ปฏิบัติงานกลุ่มนี้ไม่ชอบการขู่บังคับ ทุกคนปรารถนาที่จะเป็นตัวของตัวเองชอบคำพูดที่เป็นมิตร และทำงานตามวัตถุประสงค์

2.3 มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้น และมีความริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ รวมทั้งยังแสวงหาความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นด้วย

ลักษณะของบุคคลตามทฤษฎี Y เป็นแนวความคิดที่คำนึงถึงจิตวิทยาของบุคคล อย่างลึกซึ้ง และเป็นการมองพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรจากสภาพความเป็นจริง โดยเชื่อว่า การมีสภาพแวดล้อมและการใช้แนวทางที่เหมาะสม จะทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเอง และเป้าหมายขององค์กร

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมทำให้ทราบถึงรูปแบบของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสามารถนำมาประเมินการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องทราบสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และตัดสินใจเลือกใช้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การให้คำจำกัดความหรือความหมายของแรงจูงใจนั้น ไม่สามารถให้ความหมายที่แน่นอนเป็นสากลได้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักวิชาการต่าง ๆ มีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป ในบางทฤษฎีได้กล่าวว่าแรงจูงใจมีองค์ประกอบในปัจจุบันแรงผลักดัน(Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เช่น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมของบุคคล จนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีเป้าหมาย ถ้าเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการบริโภคสินค้าด้านการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ที่คาดว่าจะสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ประเภท ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ได้แก่

1) แรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ โดยการแสวงหารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิทัศน์ เป็นต้น

2) แรงจูงใจเพื่อการติดต่อและการขยายงานทางธุรกิจ แรงจูงใจด้านนี้มีความสำคัญมากขึ้นในยุคการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

ทำให้ภาคธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเดินทางเพื่อการติดต่อขยายงานให้กว้างขวางขึ้น

วัชรภรณ์ รัชย์ศรี (2551) กล่าวว่าแรงจูงใจในการเดินทาง หรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1) ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้ คนเดินทางไปที่ต่าง ๆ เช่น

- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ
- ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์
- ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม
- ปัจจัยทางการเมืองปัจจัยทางเทคโนโลยี - สื่อ

2) ปัจจัยผลักดัน (Push factors) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง เช่น

- ต้องการผ่อนคลายความเครียด
- ต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด
- นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ
- นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่
- นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตนเอง และพยายาม

เรียนรู้ วัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน

แสงเดือน รติธร (2555) ให้ความหมายของปัจจัยผลักดัน (Push factors) เป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคล ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) เป็นปัจจัยจากตัวแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้บุคคล ตัดสินใจหรือเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังแหล่ง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลาย ของกิจกรรม ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

2.3.2 ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ต่อทอง ทองหล่อ (2562) ทฤษฎีลำดับขั้นของแรงจูงใจของมาสโลว์ เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยาและนักคิดทั้งหลายได้นำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายทัศนคติ พฤติกรรม รวมถึงแรงจูงใจของมนุษย์ในการท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงกระบวนการคิด การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้

1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น ซึ่งเป็นความต้องการจำเป็นขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความปลอดภัยต่อร่างกายชีวิตและทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความรุนแรงต่าง ๆ จากการบริโภคและการเดินทาง ความมั่นคงในการทำงาน และการอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ

3) ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging / Social Needs) ได้แก่ การให้และการได้รับความรัก ได้รับความเป็นมิตรและการยอมรับจากเพื่อนและสังคม ต้องการให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำคัญของตน

4) ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีความเป็นอิสระและเสรีภาพ เป็นที่รู้จักและได้รับการยกย่องยอมรับจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5) ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยการใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่

Crompton ; Dann ; Veal และ Wahab (อ้างใน ธรรมชนก เพชรานนท์, 2558) กล่าวว่า ประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว และเป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Crompton (1979) ที่ได้ตั้งข้อสังเกตว่า มีความเป็นไปได้ที่จะอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและจัดกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่เป็นการยากที่จะตอบคำถามปัจจัยผลักดันที่สำคัญของการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะแรงจูงใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาความพึงพอใจด้วยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่เป็นเป้าหมาย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานเป็นเรื่องของความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่ และความพึงพอใจจะส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมบุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจแล้ว

สรชัย พิศาลบุตร (2550) ได้กล่าวว่า “ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาบริการให้ได้ โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม”

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี มีความชอบ มีความพอใจมีความเต็มใจ มีความสบายใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้วได้

2.4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

สาโรจน์ ไสยสมบัติ (2534, หน้า 15 อ้างใน นงภา พิสิฐมุกดา, 2551 หน้า 29) กล่าวว่า ความพึงพอใจนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวกับการบริการ นอกจากผู้บริหารงานจะบริหารงานให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ร่วมงานแล้วนั้น ยังจำเป็นต้องดำเนินงานให้ผู้มาใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจด้วย เมื่อลูกค้ารู้สึกดีต่อสินค้าและบริการแล้วนั้น ยังขยายให้ทุกบริษัทที่มีความสนใจต้องการให้ลูกค้าของตนเกิดความประทับใจ และความพึงพอใจสามารถนำไปใช้เป็นแบบอย่าง หรือเป็นแนวทางในการบริการ และบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์มากที่สุด

พิชญา ดวงฟู (2559) สรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยมีใจความว่า ความพอใจเกิดจากความต้องการของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องทางสังคมต้องการความปลอดภัย ด้านสังคม ด้านร่างกาย และด้านความสำเร็จ ซึ่งความต้องการนี้ บางครั้งทำให้มนุษย์อยากหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายมาพักผ่อนหย่อนใจตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การไปเยี่ยมเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก เป็นต้น

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความรู้สึกพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้คนตัดสินใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างต่อเนื่อง เช่น หลังจากที่ถูกบริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนเองคิดว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้ดีและเกิดความคุ้มค่ามากที่สุดแล้ว มีความรู้สึกที่พึงพอใจต่อสินค้าหรือการบริการที่ตนได้เลือกซื้อนั้น จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีการซื้อซ้ำอีก และอาจจะมี

การบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าและขยายตัวมากขึ้น หลายองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริการ

2.5 บริบทและความเป็นมาของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.5.1 ประวัติและความเป็นมาของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ดร. พิศาล บุญปลูก (2560) ปรากฏทางด้านวัฒนธรรมของเกาะเกร็ดได้ให้ข้อมูลในงานเสวนาวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนเกาะเกร็ด เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และข้อมูลทั่วไปโดยสรุปว่า ลำน้ำเจ้าพระยาที่ไหลจากทางเหนือผ่านบ้านบางตะไนย์ บ้านใหม่ บ้านบางพูด และบ้านปากเกร็ด จากบ้านปากเกร็ดตรงบริเวณที่ลำน้ำไหลโค้งอ้อมเป็นรูปเกือกม้า ทำให้เกิดผืนดินเป็นแหลมยื่นไปตามความโค้งของลำน้ำเจ้าพระยา ตรงส่วนแคบสุดของแหลมได้มีการขุดทางน้ำเล็กๆที่ชาวบ้านเรียกว่า เกร็ด หรือ เตรีตมาก่อนที่จะมีการขุดคลองลัดเกร็ดเป็นทางการ ชาวบ้านใช้เป็นทางส่งน้ำเพื่อทำการเกษตร และสัญจรไปมาด้วยเรือขนาดเล็ก ชาวบ้านต่างประเทศได้ทำแผนที่แสดงที่ตั้งชุมชนต่างๆ ตั้งแต่ปากน้ำจนถึงกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 2230 นั้น ในแผนที่ปรากฏมีทางน้ำเรียกว่า เกร็ดนี้แล้ว

พ.ศ. 2265 ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ คลองลัดดังกล่าวเรียกว่า "คลองลัดเกร็ดน้อย" หรือ "คลองเตร็ดน้อย" ดังปรากฏในพระราชพงศาวดารกรุงสยามฉบับบริติชมิวเซียมตอนหนึ่งว่า "...ในปีชวด จัตวาศก ทรงพระกรุณาโปรดให้พระธนบุรีเป็นแม่กอง เหน็จพลนิกายคนหัวเมืองปากใต้ให้ได้คน ๑๐,๐๐๐ เศษ ให้ขุดคลองเตร็ดน้อย ลัดคู้บางบัวทองนั้นคดอ้อมนัก ขุดลัดตัดให้ตรง พระธนบุรีรับสั่งแล้วถวายบังคมลา มาให้เหน็จพลนิกายในบรรดาหัวเมืองปากใต้ได้คน ๑๐,๐๐๐ เศษ ให้ขุดคลองเตร็ดน้อยนั้นลึก ๖ ศอก กว้าง ๓ วา ยาวทางไกลได้ ๒๙ เส้นเศษ ขุดเดือนเศษจึงแล้ว..." ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศเนื่องจากไหลทางตรงได้สะดวกกว่าและกัดเซาะตลิ่งทำให้คลองสายนี้ขยายเป็นแม่น้ำลัดเกร็ด ผืนดินตรงแหลมจึงกลายเป็นเกาะกลางแม่น้ำ ในรัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ระบุในโฉนดชื่อว่า เกาะศาลากุล ตามชื่อวัดศาลากุลที่สร้างโดยเจ้าพระยารัตนาธิเบศร์ (กุนรัตนกุล) ตั้งแต่สมัยธนบุรี ต่อมาเมื่อตั้งอำเภอปากเกร็ดจึงเรียกเป็นเกาะเกร็ด

เกาะเกร็ดเป็นย่านชุมชนที่มีความเจริญมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย เป็นทั้งชุมชนค้าขายและเป็นที่ตั้งด่านตรวจเรือต่าง ๆ ที่จะเดินทางผ่านไปยังอยุธยา เมื่อถึงรัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ จึงพิจารณาเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องขุดคลองลัดตามลำน้ำเจ้าพระยาเพิ่มเติมเพื่อลดระยะทางย่นระยะเวลาในการคมนาคมขนส่งทางน้ำ และแก้ปัญหาที่ทำให้การเดินทางเรือสำเภาซุกซนและเกิดเหตุขัดข้อง รวมถึงเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของอยุธยาในสมัยนั้น จึงทรงมีพระราชดำริให้ขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นบริเวณที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลโค้งอ้อมไปทางทิศตะวันตก แล้วไหลวกกลับมาทางทิศตะวันออก ในปี พ.ศ. 2265 ดังปรากฏในพระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา

ตอนหนึ่งว่า ในปีขาล จัตวาศกนั้น ทรงพระกรุณาโปรดให้พระชนบุรีเป็นแม่กองเกณฑ์ไพร่พล คนหัวเมืองปากใต้ให้คนหมื่นเศษให้ขุดคลองเกร็ดน้อยลัดคู้บางบัวทองนั้นอ้อมนัก ขุดลัดให้ตรง พระชนบุรีรับคำสั่งแล้วถวายบังคมลามาเกณฑ์ไพร่พลบรรดาหัวเมืองปากใต้ให้คนหมื่นเศษ ให้ขุดคลองเกร็ดน้อยอีก 6 ศอก กว้าง 6 วา ทางไกลได้ 29 เส้นเศษ (1 เส้น 80 เมตรหรือ 40 วา) ขุดเดือนเศษ จึงแล้ว พระชนบุรีนั้นจึงกลับมาราบทูลให้ทราบทุกประการ เมื่อทำการขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยาได้แล้ว ทำให้เกิดการเดินเรือลัดได้เร็วขึ้น เรียกคลองในสมัยนั้นว่า คลองลัดเกร็ดน้อย ต่อมานิยมเรียกว่า คลองลัดเกร็ด ต้นคลองหรือปากคลองเรียกว่า ปากเกร็ด ต่อมาคลองลัดเกร็ดได้ถูกความแรงของกระแสน้ำเซาะตลิ่งพัง จนกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ กลายเป็นแม่น้ำไป ที่ดินบริเวณที่เป็นแหลมยื่นออกไปจึงมีลักษณะเป็น เกาะ เรียกกันว่า เกาะเกร็ด ในสมัยโบราณเรียกเกาะเกร็ดที่เป็นเกาะที่มีขนาดเล็กนี้ว่า เกร็ดน้อย (ที่เชิงราก จังหวัดปทุมธานี เรียกว่า เกร็ดใหญ่ เพราะมีการขุดคลองลัดแล้วกลายเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่กว่าเกาะเกร็ด) อาจเป็นไปได้ว่าคนสมัยโบราณนิยมเรียกเกาะที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ว่า เกร็ด

ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ตรงกับ พ.ศ. 2317 ได้โปรดเกล้าให้ข้าหลวงไปรับครอบครัวชาวมอญมาตั้งบ้านเรือนอยู่ในท้องที่ปากเกร็ด (รวมทั้งในเกาะเกร็ด) และสามโคก จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากมอญแพ้สงครามกับพม่า บางส่วนจึงอพยพครอบครัวมาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงเลือกพื้นที่ช่วงเกาะเกร็ดและปากเกร็ดเป็นสถานที่ประกอบพระราชพิธีอัญเชิญพระแก้วมรกตและพระบาง ที่สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกอัญเชิญมาจากเวียงจันทน์ โดยทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ากรมขุนอินทรพิทักษ์เสด็จล่องหน้าขึ้นไปในวันแรม 4 ค่ำ เดือน 3 ครั้นถึงวันขึ้น 4 ค่ำ เดือน 4 จึงเสด็จไปรับที่พระตำหนักบางธรณีด้วยพระองค์เอง สำหรับพระราชพิธีอัญเชิญพระแก้วมรกตและพระบางครั้งนี้เป็นพระราชพิธีอันยิ่งใหญ่ที่ใช้บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาในท้องที่ปากเกร็ดและเกาะเกร็ด มีการจัดกระบวนเรือเสด็จพระราชดำเนินทางชลมารค และกระบวนเรืออัญเชิญพระแก้วมรกตและพระบางที่ยิ่งใหญ่ ปี พ.ศ. 2358 ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ สมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้โปรดเกล้าให้เจ้าฟ้ามงกุฎ (รัชกาลที่ 4) ไปรับครอบครัวชาวมอญ ซึ่งหนีภัยสงครามมาจากพม่ามาอาศัยอยู่ที่ด่านเจดีย์สามองค์ เมืองกาญจนบุรี และได้โปรดเกล้าฯ ให้พระยาอภัยภูธร สมุหนายก ไปรับครอบครัวชาวมอญเหล่านั้นมาอยู่ที่เมืองนนทบุรีบ้าง ปทุมธานีบ้าง เมืองเขื่อนขันธุ์ (พระประแดง) บ้าง ดังนั้นจึงมีชาวมอญอาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดและหลายท้องที่หลายตำบลในอำเภอปากเกร็ด เนื่องจากมีชาวมอญอพยพเข้ามา 2 ครั้ง คือ ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินปี พ.ศ. 2317 และสมัยรัตนโกสินทร์ปี พ.ศ. 2358 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็มักจะเสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานยังพระราชวังบางปะอินเสมอ กล่าวกันว่าทรงแวะพักเรือพระที่นั่งตามวัดต่าง ๆ บริเวณปากเกร็ดและเกาะเกร็ดนี้ทุกวัด และพระองค์ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้

บูรณปฏิสังขรณ์วัดปากอ่าว (วัดปรมย์ยิกาวาส) เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลร่วมกับพระเจ้าบรมมไหยกาเธอ กรมเสด็จพระสุดาร์ตนาราชประยูร และพระบรมวงศานุวงศ์ผู้ใหญ่ที่ทรงอภิบาลทำนุบำรุง สมเด็จพระเทพศิรินทรพระบรมราชชนนีและพระองค์มาตั้งแต่ครั้งทรงพระเยาว์ ต่อมาเมื่อมีการยกฐานะปากเกร็ดเป็นชื่อของอำเภอ เกาะเกร็ดจึงได้ยกฐานะเป็นตำบลเกาะเกร็ดด้วยจนถึงปัจจุบัน สมัยเปลี่ยนแปลงการปกครอง ช่วงหลังจากพ.ศ. 2475 และช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หมู่บ้านในตำบลย่านเกาะเกร็ดและปากเกร็ดริมแม่น้ำเจ้าพระยา กลายเป็นแหล่งหลบซ่อนตัวเพื่อเตรียมรับสภาวะวิกฤตในกรุงเทพมหานคร มีนักการเมืองและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่หลายท่านได้มาสร้างบ้านสำรองไว้ยามฉุกเฉิน ซึ่งต่อมาทางราชการได้เข้ายึดบ้านดังกล่าว

2.5.2 ภูมิศาสตร์

2.5.2.1 อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาและตำบลคลองพระอุดม

ทิศใต้ ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาและตำบลท่าอิฐ

ทิศตะวันออก ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาและตำบลปากเกร็ด

ทิศตะวันตก ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาและตำบลอ้อมเกร็ด

2.5.3 ภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของเกาะเกร็ด มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบต่ำล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณพื้นที่ริมน้ำเป็นที่ลุ่มมากกว่าตอนกลาง พื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ราบน้ำท่วมถึง ทำให้พื้นที่ทั่วทั้งเกาะเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำเกษตรกรรม ดังจะเห็นได้ว่าการทำสวนไม้ผลไม่ยืนต้นอยู่ทั่วไป ผลไม้ที่นิยมปลูกได้แก่ กัลยัย มะม่วง มะพร้าว ส้มโอ บริเวณส่วนกลางของเกาะเกร็ดแต่เดิมเป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า แต่ไม่มีการทำนามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เนื่องจากบริเวณกลางเกาะเป็นที่ดอนสูงกว่าบริเวณริมเกาะ การดึงน้ำเข้าสู่พื้นที่นาต้องอาศัยเครื่องสูบน้ำอีกทั้งสภาพคูคลองภายในเกาะเกร็ดปัจจุบันตื่นเงินไม่มีการขุดลอกมาเป็นระยะเวลาาน การทำนาจึงไม่คุ้มกับการลงทุน ทำให้พื้นที่นาในอดีตกลายเป็นพื้นที่รกร้างเป็นผืนใหญ่ติดต่อกัน ส่วนพื้นที่ริมเกาะเป็นพื้นที่ลุ่มจึงทำให้เกิดน้ำท่วมได้ง่าย เกาะเกร็ดจึงประสบปัญหาเรื่องน้ำท่วมในช่วงฤดูน้ำหลากเป็นประจำทุกปี คือ ช่วงระหว่างเดือนกันยายน และเดือนพฤศจิกายน ประกอบกับพื้นที่มีลักษณะเป็นดินเหนียวอุ้มน้ำได้ดี ทำให้การระบายน้ำค่อนข้างล่าช้าจึงเกิดน้ำท่วมขัง

2.5.4 ภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของบริเวณเกาะเกร็ด มีลักษณะคล้ายคลึงกับภูมิอากาศโดยทั่วไปของอำเภอปากเกร็ด และจังหวัดนนทบุรี คือ เขตอากาศร้อนชื้นหรือมรสุมเมืองร้อน ฝนจะตกชุกในช่วงฤดูฝน และตกมากที่สุดในเดือนกันยายน บางปีเกิดพายุดีเปรสชันหรือฝนตกหนาแน่นติดต่อกันเป็นเวลานาน ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมทั้งบริเวณเกาะเกร็ด ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยในรอบปีของบริเวณเกาะ

เกร็ด ประมาณ 1,225 มิลลิเมตร หรือ 50.20 นิ้ว/ปี โดยมีการกระจายตัวของฝนในช่วงแต่ละเดือนมากกว่า 110 มิลลิเมตร อยู่หนึ่งช่วง คือ ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน-ตุลาคม เดือนที่ฝนตกมากที่สุดคือ เดือนกันยายน สำหรับในฤดูแล้งสภาพของพื้นดินไม่แห้งแล้งมากนัก เพราะพื้นที่เกาะอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยังมีล้อมรอบไปด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้สามารถเก็บความชุ่มชื้นได้ตลอดทั้งปี

2.5.5 จำนวนประชากร

เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2561 ตำบลเกาะเกร็ดมีจำนวนประชากรทั้งหมด 5,862 คน ความหนาแน่นเฉลี่ย 1,395.71 คนต่อตารางกิโลเมตร จากจำนวนประชากรทั้งหมดของตำบล แยกตามการตั้งถิ่นฐานและเชื้อชาติได้ดังนี้

หมู่ที่ 1, 6, 7 มีประชากรเชื้อชาติมอญร้อยละ 35 ของประชากรทั้งตำบล


หมู่ที่ 2,3 ประชากรซึ่งอาศัยบริเวณริมแม่น้ำ มีประชากรนับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 15 ของประชากรทั้งตำบล

หมู่ที่ 2, 3, 4, 5 เป็นประชากรเชื้อชาติไทย, ไทย-จีน บางส่วนร้อยละ 50 ของประชากรทั้งตำบล

2.5.6 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.5.6.1 โบราณสถาน

ตารางที่ 2.1 : โบราณสถาน

ชื่อ	รูปภาพ	จุดที่น่าสนใจ
วัดปรมย์ยิกาวาส	<p>ภาพที่ 2.1 : วัดปรมย์ยิกาวาส</p> 	<p>เจดีย์เอียง เป็นสัญลักษณ์ประจำเกาะเกร็ดเป็นที่ประดิษฐาน พระนันทมุนินทร์ พระพุทธรูปประจำจังหวัดนนทบุรี พิพิธภัณฑวัดปรมย์ยิกาวาส จัดแสดงเครื่องปั้นดินเผาและพระราชประวัติ ร.5</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : โบราณสถาน

ชื่อ	รูปภาพ	จุดที่น่าสนใจ
วัดเสาชิง	ภาพที่ 2.2 : วัดเสาชิง 	วัดที่ประดิษฐานเจดีย์ที่สูงที่สุดของอำเภอปากเกร็ด ที่ประดิษฐานเจดีย์ทรงมะเฟืองกลีบอวบ แห่งเดียวในไทย มีต้นยางใหญ่อายุประมาณ 200 ปี ข้างพระอุโบสถ
วัดฉิมพลีสุทธาวาส	ภาพที่ 2.3 : วัดฉิมพลีสุทธาวาส 	เป็นวัดประจำชุมชนด้านขนอน พระมหาจุฬามณีเจดีย์เจดีย์ทรงมอญย่อมุมไม้สิบหก พระอุโบสถที่มีสัดส่วนสูงยาว กว่าอุโบสถอื่น ๆ ในเกาะเกร็ด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : โบราณสถาน

ชื่อ	รูปภาพ	จุดที่น่าสนใจ
วัดป่าเลไลยก์	ภาพที่ 2.4 : วัดป่าเลไลยก์ 	เป็นวัดร้าง ปัจจุบันอยู่ในดูแลของวัดฉิมพลีสุทธาวาส ภายในพระอุโบสถมีพระพุทธรูปบนฐานชุกชีเป็นประธานอยู่ทางด้านหลัง และบริเวณกลางห้องประดิษฐานพระพุทธรูปปางปรินิพพานที่มีพระสาวกนั่งพนมมือ

2.5.6.2 แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

ภาพที่ 2.5 : เครื่องปั้นดินเผา



"กวางอาม่าน" พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวมอญ จัดแสดงเครื่องปั้นดินเผามอญลายโบราณ การปั้นเครื่องปั้นดินเผานั้นเป็นอาชีพชาวมอญมาตั้งแต่ครั้งตั้งถิ่นฐานแถบลุ่มแม่น้ำอิรวดี และมีมาตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี นับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี ลวดลายประณีตสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และยังเป็นสัญลักษณ์ตราประจำจังหวัดนนทบุรี

ภาพที่ 2.6 : ขนมไทย



"คลอ้งขนมหวาน" บริเวณคลอ้งขนมหวานและคลอ้งอื่น ๆ รอบเกาะเกร็ด ชาวบ้านที่อาศัยอยู่สองฝั่งคลองจะทำขนมหวาน จำพวกทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง และขนมหวานอื่น ๆ อีกมากมาย พร้อมสาธิตวิธีการทำให้นักท่องเที่ยวได้ชม พร้อมซื้อกลับไปเป็นของฝากได้อีกด้วย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญจมาศ ลากิจิตร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย 3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีต่อระดับความพึงพอใจ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ มีระดับแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ด้านภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 2.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากความคุ้มค่าเงิน มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2.63$) แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากบริการกิจกรรมด้านการ

ท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.53$) แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากบริการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.41$) แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากการบริการด้านที่พักแรม ภัตตาคาร แหล่งท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย

($\bar{x} = 2.28$) แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากบริการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.15$) แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.12$)

นวลปรานค์ เจริญประสิทธิ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาทัศนคติและแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 63 และอายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 5,001-10,000 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนใหญ่เดินทางมากรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 38.25 และวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อต้องการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 41 และส่วนใหญ่นิยมที่จะเดินทางมาเป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.25 โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 41.25 โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ไม่รวมค่าที่พักอยู่ที่ 5,001-7,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และส่วนใหญ่มีค่าที่พักในกรุงเทพมหานครอยู่ที่ 5,001-10,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปนั้นต้องการกลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครซ้ำในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 93 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ดังนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแรงจูงใจที่มาจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลที่สุด

วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ” การศึกษานี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ด้านความธรรมชาติ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเซฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน



2.7 กรอบแนวความคิด

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้

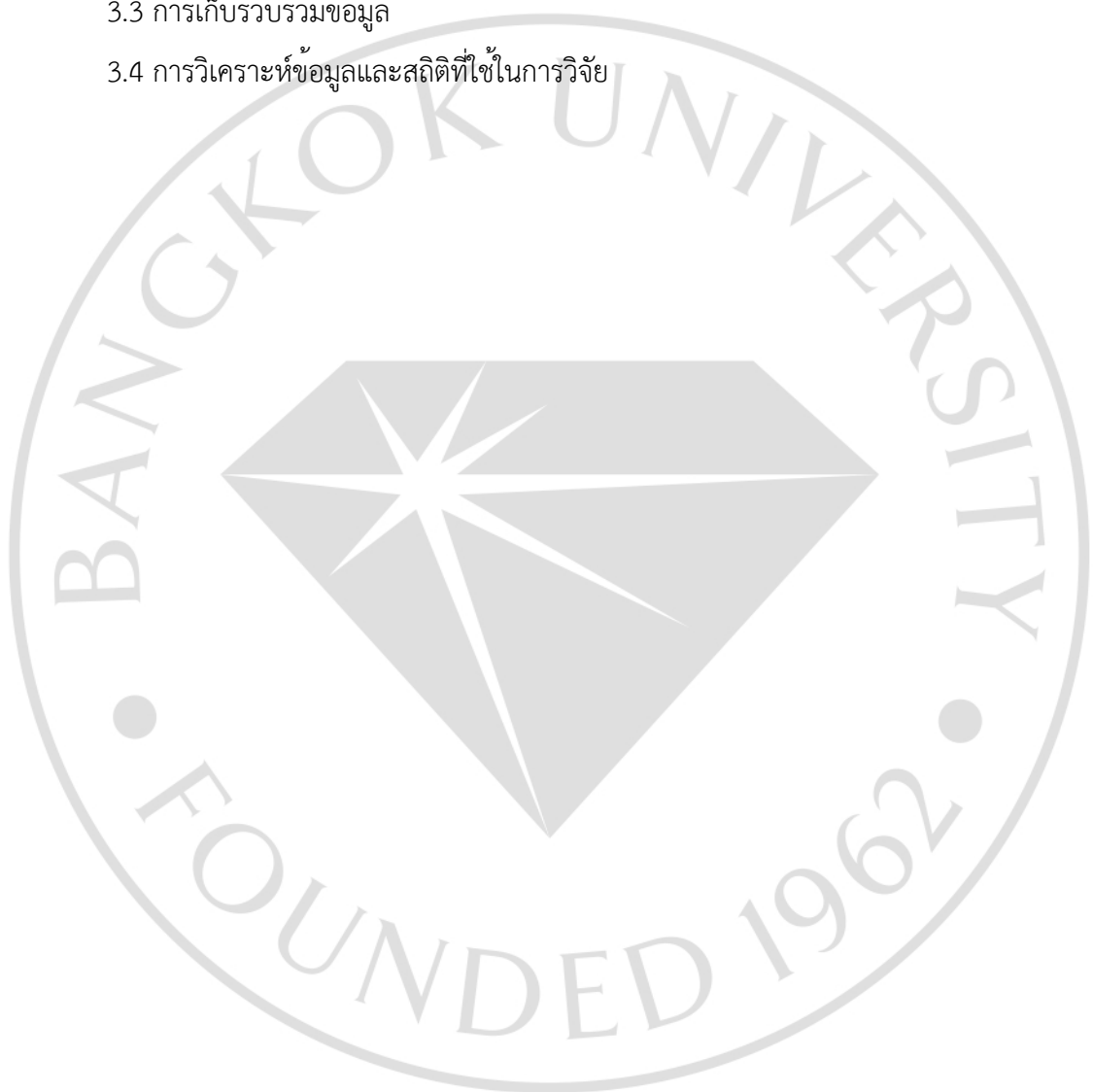
ภาพที่ 2.7 : กรอบแนวคิดงานวิจัย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย



3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ผู้วิจัยจึงได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของทาร์โร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ชีระวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5 เปอร์เซ็นต์ ตามตารางที่ 1.1 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 41,000,000 คน ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 : ตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาร์โร ยามาเน่ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนต่าง ๆ

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติ จึงไม่สามารถใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

สูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของทาร์โร ยามาเน่

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

$$n = \frac{40,000,000}{1 + 40,000,000(0.05)^2}$$

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ใช้ในงานวิจัยนั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแนวสอบถามสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมาจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดแนวทฤษฎีแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้การศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพสมรส มีทั้งหมด 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น มีทั้งหมด 4 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัดวาอาราม มีทั้งหมด 20 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ที่มีต่อเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีทั้งหมด 5 ด้าน 25 ข้อ

แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Online) ผ่านทาง Google Form ทั้งหมด โดยส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยประยุกต์มาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความชัดเจนรวมถึงครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ รายงานวิจัย อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

3.4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยว วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในส่วนที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยหลัก และปัจจัยดึงดูด โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่ 3 โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

- 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด
- 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่น้อย

	2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวปานกลาง
	3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวมาก
	4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
	3.4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในส่วนที่ 4 ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านการจัดการคมนาคม โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่ 3 โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้
ที่สุด	1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด
น้อย	1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว
ปานกลาง	2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว
มาก	3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว
มากที่สุด	4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญของความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว

3.5 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.5.1 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันโดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้วิธีการทดสอบค่าที (Independent Sample T-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำการทดสอบ Post Hoc Test

เป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคูใดบ้างที่แตกต่างกัน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5.2 การทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรสมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันโดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้วิธีการทดสอบค่าที (Independent Sample T-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำการทดสอบ Post Hoc Test เป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคูใดบ้างที่แตกต่างกัน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5.3 การทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส มีระดับความพึงพอใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกันโดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้วิธีการทดสอบค่าที (Independent Sample T-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำการทดสอบ Post Hoc Test เป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคูใดบ้างที่แตกต่างกัน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3.2 : ตารางสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรสมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน	Independent sample T-test และ One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส มีระดับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน	

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา “เรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยทำการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาแบบทำการเก็บแบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- 4.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 4.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
- 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 4.5 การทดสอบสมมุติฐาน



4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

จากการศึกษาสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

ตาราง 4.1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	149	36.7
	หญิง	256	63.2
	รวม	405	100
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	67	16.5
	21-30 ปี	162	40
	31-40 ปี	85	20.9
	41-50 ปี	31	7.6
	51-60	39	9.6
	มากกว่า 60 ปี	21	5.1
	รวม	405	100
สถานภาพสมรส	โสด	277	67.9
	สมรส	115	28.2
	หย่าร้าง	8	2.0
	หม้าย	3	.7
	แยกกันอยู่	1	.2
	รวม	404	100
การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือต่ำกว่า	76	18.6
	ปวช.	7	1.7
	ปวส.	12	2.9
	ปริญญาตรี	247	60.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	63	15.4
	รวม	405	100

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.1 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน – นักศึกษา	92	22.5
	รับราชการ – รัฐวิสาหกิจ	39	9.6
	อาชีพอิสระ	97	23.8
	พนักงานบริษัทเอกชน	97	23.8
	ค้าขาย	33	8.1
	ธุรกิจส่วนตัว	37	9.1
	เกษียณอายุ	9	2.2
	อื่น ๆ	1	.2
	รวม	405	100
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	98	24.0
	10,001 – 20,000 บาท	139	34.1
	20,001 – 30,000 บาท	96	23.5
	30,001 – 40,000 บาท	45	11.0
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	28	6.9
	รวม	406	100

จากตารางที่ 4.1 เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.2 และ ร้อยละ 36.7) ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 39.4) และต่ำสุดคือ มากกว่า 60 ปี (ร้อยละ 5.1) เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่า ส่วนใหญ่โสด (ร้อยละ 67.9) และต่ำสุดคือแยกกันอยู่ (ร้อยละ .2) เมื่อจำแนกตามการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.5) และระดับต่ำสุดคือการศึกษาระดับปวช. (ร้อยละ 1.7) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระเท่ากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 23.8) และต่ำสุดคือวัยเกษียณ (ร้อยละ 2.2) เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 24.0) และต่ำสุดคือรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 6.9)

4.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
 ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมา
 ท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
ยานพาหนะที่ใช้ ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	147	42.6
	รถโดยสารประจำทาง	40	9.8
	แท็กซี่	28	6.9
	เรือ	164	40.2
	รถขององค์กร	2	.5
	รวม	408	100
จำนวนครั้งที่เคย เดินทางมาเกาะ เกร็ด จังหวัด นนทบุรี	ครั้งที่ 1	212	52.0
	ครั้งที่ 2	95	23.3
	ครั้งที่ 3	32	7.8
	มากกว่า 3 ครั้ง	65	15.9
	รวม	405	100
ช่องทางที่รู้จัก หรือทราบแหล่ง ท่องเที่ยวเกาะ เกร็ด จังหวัด นนทบุรี	บุคคลใกล้ชิด/รู้จัก	226	55.4
	สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, Instagram)	167	40.9
	ป้ายโฆษณา	3	.7
	สื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร)	1	.2
	โทรทัศน์	8	2.0
	อื่น ๆ	0	0
รวม	405	100	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
เป้าหมายในการมาท่องเที่ยว	เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน เพื่อมาถ่ายรูป	271	66.4
	มาเพื่อพูดคุยธุรกิจ	1	.2
	สนใจการศึกษาวัฒนธรรม	11	2.7
	มาเพื่อทำบุญ	56	13.7
	มาเพื่อรับประทานอาหาร – เครื่องดื่ม	58	14.2
	มาศึกษาดูงาน	8	2.0
	อื่น ๆ	0	0
	รวม	405	100
เดินทางมาท่องเที่ยวกับใคร	คนเดียว	16	3.9
	เพื่อน	229	56.1
	มาเป็นกลุ่มทัวร์	4	1.0
	ครอบครัว	148	36.3
	สถานศึกษา	4	1.0
	องค์กร	4	1.0
	อื่น ๆ	0	0
	รวม	405	100

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ใช้เรือมากที่สุด (ร้อยละ 40.2) และต่ำสุดใช้รถขององค์กร (ร้อยละ.5) เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีพบว่าส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มากที่สุด (ร้อยละ 52.0) เมื่อจำแนกตามช่องทางที่รู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนใหญ่ทราบจากบุคคลใกล้ชิด/รู้จัก (ร้อยละ 55.4) และต่ำสุดคือทราบจากสื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร) (ร้อยละ 0.2) เมื่อจำแนกตามเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน เพื่อมาถ่ายรูป (ร้อยละ 66.4) และระดับต่ำสุดคือมาเพื่อพูดคุยธุรกิจ (ร้อยละ 0.2) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระเท่ากับอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน (ร้อยละ 23.8) และต่ำสุดคือวัยเกษียณ (ร้อยละ 2.2) เมื่อจำแนกว่าเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ส่วนมากมากกับเพื่อน (ร้อยละ 56.1) และต่ำสุดคือมาเป็นกลุ่มทัวร์ สถานศึกษา และองค์กร มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.0)

4.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 4.3 : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี			
1. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต	3.96	1.088	มาก
2. ต้องการพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.95	1.209	มาก
3. ต้องการมาสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิต	3.81	1.010	มาก
4. ต้องการมาแสวงบุญหรือทำบุญ	3.34	1.181	มาก
5. ต้องการพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ	3.15	1.195	มาก
6. ต้องการชิมขนมไทยและอาหารไทยโบราณ	3.88	1.157	มาก
7. ต้องการที่จะเดินตลาดในบรรยากาศวินเทจ	4.00	1.159	มาก
8. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกาย และจิตใจ	4.23	1.071	มากที่สุด
9. ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	4.29	0.822	มากที่สุด
รวม	3.84	0.66	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี			
1. ความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	4.41	0.748	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.77	0.809	มาก
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.813	มาก
4. ความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่	3.60	0.79	มาก
5. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.86	0.797	มาก
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.05	0.879	มาก
7. ความหลากหลายของอาหารและขนมไทยโบราณ	3.81	0.907	มาก
8. ความหลากหลายของกิจกรรมในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	4.05	0.809	มาก
รวม	4.00	0.55	มาก
เฉลี่ยรวม	4.00	0.05	มาก

จากตารางที่ 4.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.0 และอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัยพบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ย 4.0 และ 3.84 ตามลำดับ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งสองปัจจัย

เมื่อพิจารณาลงไปในข้อความของเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าเหตุผลท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ (4.29) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาต้องการที่จะเดินตลาดในบรรยากาศวินเทจ (4.00) อยู่ในระดับมาก และต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต (3.96) อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาลงไปในข้อความของปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.41) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

และปัจจัยความหลากหลายของกิจกรรมในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (4.05) อยู่ในระดับมาก

4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 4.4 : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว			
1. ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	3.67	0.776	มาก
2. คุณภาพของอาหารและขนมไทยโบราณ	3.86	0.821	มาก
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.47	0.809	มาก
4. ความสวยงามของวัดวาอาราม	3.86	0.822	มาก
5. มีวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ สาธิตวิธีการทำกิจกรรมต่าง ๆ	3.43	0.757	มาก
6. บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว	3.67	0.776	มาก
รวม	3.71	0.62	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก			
1. ความสะอาดของสุขาในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	3.47	0.779	มาก
2. ความเพียงพอของที่ทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว	3.77	0.769	มาก
3. การให้บริการของร้านค้า	3.37	0.783	มาก
4. พื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.67	0.761	มาก
5. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจ บริเวณจุดต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว	4.1	0.85	มาก
รวม	3.68	0.57	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
ด้านคมนาคม			
1. ระยะเวลาในการเดินทาง	3.76	0.93	มาก
2. การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย	3.69	0.80	มาก
3. ป้ายบอกทางที่ชัดเจน	4.15	0.80	มาก
4. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.80	0.78	มาก
รวม	3.85	0.63	มาก
ด้านความปลอดภัย			
1. การจัดเส้นทางเดินให้ปลอดภัย	3.5	0.763	มาก
2. สถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ	3.51	0.75	มาก
3. ป้ายเตือนภัยต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.55	0.762	มาก
4. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.77	0.904	มาก
รวม	3.60	0.66	มาก
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์			
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภทต่าง ๆ	3.6	0.852	มาก
2. มีการจัดเอกสาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.93	0.87	มาก
3. มีการโปรโมทผ่านประสบการณ์ปากต่อปากจากผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	3.93	0.87	มาก
รวม	3.82	0.76	มาก
เฉลี่ยรวม	3.72	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.72 และอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านคมนาคมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.85 และอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.82 อยู่ในระดับ

มาก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.71 อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมาก และด้านความปลอดภัยมี ค่าเฉลี่ย 3.60 อยู่ในระดับมาก

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานทั่วไป 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานเชิงสถิติ 1.1

- H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน
 H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
1.ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	149	256	-0.811	.451
2.จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	149	256	-0.157	.564
3.ช่องทางที่รู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	149	256	-0.218	.313
4. เป้าหมายในการมาท่องเที่ยว	149	256	-0.204	.567
5.เดินทางมาท่องเที่ยวกับใคร	149	256	-0.551	.689
เฉลี่ยรวม	149	256	-0.838	.485

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.5 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศพบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.2

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุ

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
อายุ	1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2.035	.05479	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	13.90	13.88	2.77	9.33	.001	1<5,1<6, 2<5,2<6, 3<6
	2) 21-30 ปี	2.0136	.04368		118.74	4	7			
	3) 31-40 ปี	2.2141	.05757		132.631	118.7	.296			
	4) 41-50 ปี	2.2516	.09682			4				
	5) 51-60 ปี	2.4103	.09690			132.6				
	6) มากกว่า 60 ปี	2.7143	.14965			3				

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่า มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .001) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(9.33)$, $p < .001$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่สามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามอายุพบว่า อายุ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างกับกับ อายุ 51-60 ปี (Sig = .042) และอายุ มากกว่า 60 ปี (Sig = .001) อายุ 21-30 ปี แตกต่างกับอายุ 51-60 ปี (Sig = .006) และอายุมากกว่า 60 ปี (.001)

สมมติฐานที่ 1.3

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.329	4	.332	.989	.413
	ภายในกลุ่ม	134.708	401	.336		
	รวม	136.037	405			

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่ามีพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .413) มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 = พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(.989)$, $p = 0.413$

สมมติฐานที่ 1.4

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรส

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
สถานภาพ สมรส	1) โสด	2.0440	.03297	ระหว่าง กลุ่ม	11.138	4	2.785	9.155	.001	1<2
	2) สมรส	2.3965	.05205	ภายใน กลุ่ม	121.368	399	.304			
	3) หย่าร้าง	2.2000	.22039	รวม	132.506	403				
	4) หม้าย	2.7333	.06667							
	รวม	2.1529	.02860							

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่ามีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .001) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(9.155)$, $p = 0.001$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่า สถานภาพโสดแตกต่างกันกับสมรส (Sig = .001)

สมมติฐานที่ 1.5

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพ

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
อาชีพ	1) นักเรียน-นักศึกษา	2.067	.54291	ระหว่างกลุ่ม	4.181	7	.597	1.846	.077
	2) รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ	2.266	.69484	ภายในกลุ่ม	128.44	397	.324		
	3) อาชีพอิสระ	2.127	.57748	รวม	132.63	404			
	4) พนักงานบริษัทเอกชน	2.088	.56345						
	5) ค้าขาย	2.381	.54398						
	6) ธุรกิจส่วนตัว	2.194	.48873						
	7) เกษียณอายุ	2.400	.58310						
	รวม	2.151	.57324						

หมายเหตุ *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.9 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพพบว่ามีพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .077) มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 = พฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(1.846)$, $p = 0.077$

สมมติฐานที่ 1.6

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แตกต่าง

ตารางที่ 4.10 : แสดงค่าสถิติพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามการศึกษา

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
การศึกษา	1) มัธยม ปลายหรือ ต่ำกว่า	2.39 21	.5773 0	ระหว่าง กลุ่ม	8.280	4	2.07 0	6.659	.001	1<4
	2) ปวช.	2.51 43	.6517 4	ภายใน กลุ่ม	124.35	400	.311			
	3) ปวส.	2.45 00	.4441 5	รวม	132.63	404				
	4) ปริญญาตรี	2.07 13	.5329 2							
	5) สูงกว่า ปริญญาตรี	2.08 25	.6320 8							
รวม	2.15 21	.5729 7								

หมายเหตุ *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050 โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe

จากตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษาพบว่า มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน มีค่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .001) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(6.659) , p = 0.001$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่สามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกการศึกษาพบว่า มัธยมปลายหรือต่ำกว่าแตกต่างกันกับระดับการศึกษาปริญญาตรี (Sig. = .001) และแตกต่างกันกับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (Sig. = .033)

สมมุติฐานทั่วไป 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมุติฐานย่อยดังนี้

สมมุติฐานเชิงสถิติ 2.1

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
1. เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	3.90	3.81	1.34	.936
2. ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	4.0	4.0	.848	.379
เฉลี่ยรวม	4.0	3.87	1.266	.472

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.11 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศพบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานเชิงสถิติ 2.2

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปรว น	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
อายุ	1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.8483	.49799	ระหว่างกลุ่ม	4.087	5	.817	2.903	.014	1<3,2<3
	2) 21-30 ปี	3.8125	.54007	ภายในกลุ่ม	112.32	399	.282			
	3) 31-40 ปี	4.0497	.47526	รวม	116.41	404				
	4) 41-50 ปี	4.0179	.58570							
	4) 51-60 ปี	3.9702	.63006							
	5) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	3.8191	.48224							
	รวม	3.8994	.53680							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่ามีความแรงจูงใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .014) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความแรงจูงใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(2,90)$, $p = 0.014$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่สามารถสรุปได้ว่ากับแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่า อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างกับกับ อายุ 31-40 ปี (Sig = .021 และอายุ 21-30 ปี แตกต่างกับกับ อายุ 31-40 ปี (.001) และแตกต่างกับอายุ 41-50 ปี (Sig = .049)

สมมติฐานเชิงสถิติ 2.3

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
สถานภาพสมรส	1) โสด	3.8740	.52368	ระหว่างกลุ่ม	3.133	3	1.044	3.692	.012	1<4,2<4,3<4
	2) สมรส	3.9522	.53357	ภายในกลุ่ม	112.887	399	.283			
	3) หย่าร้าง	4.2248	.80088	รวม	116.021	402				
	4) หม้าย	3.1273	.35426							
	รวม	3.8977	.53722							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษาพบว่ามีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .001) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(4.70)$, $p = 0.001$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกการศึกษาพบว่า มัธยมปลายหรือต่ำกว่า แตกต่างกับระดับสูงกว่าปริญญาตรี (Sig = .002) และ ระดับปริญญาตรีแตกต่างกันกับสูงกว่าปริญญาตรี (Sig = .016)



สมมติฐานเชิงสถิติ 2.5

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
อาชีพ	1) นักเรียน-นักศึกษา	3.7848	.50592	ระหว่างกลุ่ม	4.015	6	.669	2.376	.029	1<2,1<6,3<6,4<6
	2) รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ	4.0729	.58124	ภายในกลุ่ม	111.78	397	.282			
	3) อาชีพอิสระ	3.8915	.59417	รวม	115.80	403				
	4) พนักงานบริษัทเอกชน	3.8786	.46485							
	5) ค้าขาย	3.9114	.51133							
	6) ธุรกิจส่วนตัว	4.1035	.55135							
	7) เกษียณอายุ	3.8341	.46233							
	รวม	3.9014	.53605							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพพบว่ามีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .029) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(2.376) , p = 0.029$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพพบว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกันกับอาชีพอิสระ (Sig = .039) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Sig = .029) และอาชีพนักเรียน-นักศึกษา (Sig = .002) ทั้งอาชีพนักเรียน-นักศึกษายังแตกต่างกันกับอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ (Sig = .005)



สมมติฐานเชิงสถิติ 2.6

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 : แสดงค่าสถิติแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
รายได้ต่อ เดือน	1) น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	3.8131	.5667	ระหว่าง กลุ่ม	11.954	4	2.98	11.46	.001	1<3,2 <4, 2<5, 3<4
	2) 10,001- 20,000 บาท	3.7802	.5215	ภายใน กลุ่ม	104.51	401	.261			
	3) 20,001- 30,000 บาท	3.8959	.4861	รวม	116.46	405				
	4) 30,001- 40,000 บาท	4.3144	.3968							
	5) มากกว่า 40,000 บาท	4.1307	.4883							
	รวม	3.8989	.5362							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่ามีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .001) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มี

รายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(11.46)$, $p = 0.001$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่พบว่ารายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างกับกับ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (Sig = .001) และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท แตกต่างกับกับ 30,001-40,000 บาท (Sig = .001) รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท แตกต่างกับกับ รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท (Sig = .001) และมากกว่า 40,000 บาท (Sig = .028)



สมมติฐานทั่วไป 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานเชิงสถิติ 3.1

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามเพศของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
1.ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.75	3.70	1.0	.720
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.68	3.68	.041	.466
3.ด้านคมนาคม	3.87	3.83	.700	.766
4.ด้านความปลอดภัย	3.64	3.54	.135	.503
5.ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.90	3.77	.151	.370
เฉลี่ยรวม	3.77	3.70	1.196	.333

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศพบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานเชิงสถิติ 3.2

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอายุ
ของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
อายุ	1) น้อย กว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.6565	.4835	ระหว่าง กลุ่ม	3.219	5	.644	2.360	.040	1<3,2< 3
	2) 21-30 ปี	3.6715	.5469	ภายใน กลุ่ม	108.86	399	.273			
	3) 31-40 ปี	3.8631	.4800	รวม	112.08	404				
	4) 41-50 ปี	3.6683	.4915							
	4) 51-60 ปี	3.7648	.5858							
	5) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป รวม	3.9032	.5300							
		3.7300	.5267							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ค่านัยสำคัญทาง. สถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่ามีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .040) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(2.360), p = 0.040$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุพบว่า อายุ 31-40 ปี แตกต่างกับกับ อายุ 20 ปี (Sig = .016) และแตกต่างกับ อายุ 21-30 ปี (Sig = .016)



สมมติฐานเชิงสถิติ 3.3

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามสถานภาพสมรสนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
สถานภาพสมรส	1) โสด	3.6982	.51891	ระหว่างกลุ่ม	2.948	3	.983	3.60	.014	1<4,2<4,3<4
	2) สมรส	3.7996	.53896							
	3) หย่าร้าง	4.0658	.48239	ภายในกลุ่มรวม	109.077	399	.273			
	4) หม้าย	3.0956	.09051							
	รวม	3.7299	.52789	รวม	112.024	402				

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับสถานภาพสมรส เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่ามีค่าความพึงพอใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .014) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(3.60)$, $p = 0.014$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับความพึงพอใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่าสถานภาพหม้ายแตกต่างกันกับสถานภาพโสด (Sig=.048) แตกต่างกับสถานภาพสมรส (Sig=.022) และแตกต่างกับสถานภาพหย่าร้าง (Sig=.006)

สมมติฐานเชิงสถิติ 3.4

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยว แตกต่าง
กัน

ตารางที่ 4.20 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตาม
การศึกษาของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว	การศึกษา	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.246	4	.561	2.045	.087
	ภายในกลุ่ม	109.834	400	.275		
	รวม	112.080	404			

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษาพบว่ามีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(Sig. = .087) มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(2.04)$, $p =$
0.087

สมมติฐานเชิงสถิติ 3.5

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามอาชีพของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.617	7	.517	1.90	.070
	ภายในกลุ่ม	108.463	397	.273		
	รวม	112.080	404			

หมายเหตุ *ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.050

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพพบว่ามีค่าความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(Sig. = .070) มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(1.90)$, $p = 0.070$

สมมติฐานเชิงสถิติ 3.6

H_0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 : แสดงค่าสถิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	Mean	S.D.	แหล่ง ความ แปรปร วน	SS	df	MS	F	P	Post Hoc
รายได้ต่อ เดือน	1) น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	3.6090	.51550	ระหว่าง กลุ่ม	4.676	4	1.16	4.35	.002	1<4,2< 4,3<4
	2) 10,001-20,000 บาท	3.7202	.57493	ภายใน กลุ่ม	107.70	401	.269			
	3) 20,001-30,000 บาท	3.7216	.47602	รวม	112.38	405				
	4) 30,001-40,000 บาท	3.9937	.44279							
	5) มากกว่า 40,000 บาท	3.7873	.47769							
	รวม	3.7286	.52677							

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อพิจารณาแล้วสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่ามีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(Sig. = .002) น้อยกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานกลาง คือ H_0 แต่ยอมรับ H_1 = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ $F(4.35)$, $p = 0.02$

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่แล้วสามารถสรุปได้ว่ากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (Sig=.001) รายได้10,001-20,000 บาท (Sig=.002) และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (Sig=.004)



บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา

บทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

5.1.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

5.1.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

5.1.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

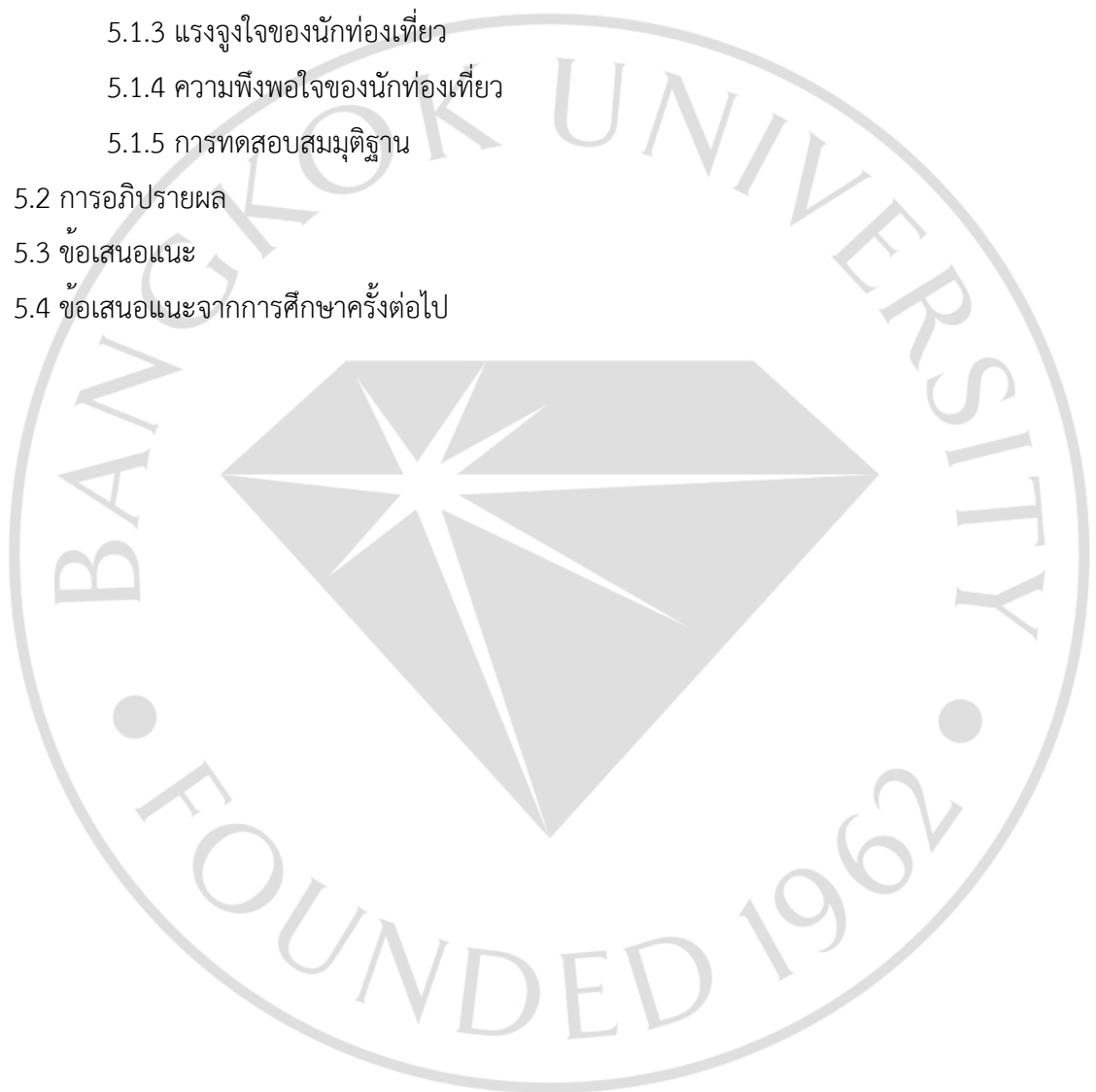
5.1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

5.1.5 การทดสอบสมมุติฐาน

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป



5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปผลได้ดังนี้ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.2 และร้อยละ 36.7) ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 39.4) และต่ำสุดคือ มากกว่า 60ปี (ร้อยละ 5.1) เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรสพบว่า ส่วนใหญ่โสด (ร้อยละ 67.9) และต่ำสุดคือแยกกันอยู่ (ร้อยละ .2) เมื่อจำแนกตามการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.5) และระดับต่ำสุดคือการศึกษาระดับปวช. (ร้อยละ1.7) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระเท่ากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 23.8) และต่ำสุดคือวัยเกษียณ (ร้อยละ 2.2) เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 24.0) และต่ำสุดคือรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 6.9)

5.1.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

เมื่อจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ใช้เรือมากที่สุด (ร้อยละ 40.2) และต่ำสุดใช้รถขององค์กร (ร้อยละ.5) เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีพบว่าส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มากที่สุด (ร้อยละ 52.0) เมื่อจำแนกตามช่องทางที่รู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนใหญ่ทราบจากบุคคลใกล้ชิด/รู้จัก (ร้อยละ 55.4) และต่ำสุดคือทราบจากสื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร) (ร้อยละ 0.2) เมื่อจำแนกตามเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน เพื่อมาถ่ายรูป (ร้อยละ 66.4) และระดับต่ำสุดคือมาเพื่อพูดคุยธุรกิจ (ร้อยละ 0.2) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระเท่ากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 23.8) และต่ำสุดคือวัยเกษียณ (ร้อยละ 2.2) เมื่อจำแนกการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ส่วนมากมากับเพื่อน (ร้อยละ 56.1) และต่ำสุดคือมาเป็นกลุ่มทัวร์ สถานศึกษา และองค์กร มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.0)

5.1.2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.0 และอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัยพบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ย 4.0 และ 3.84 ตามลำดับ อยู่ในระดับมากทั้งสองปัจจัย

เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าเหตุผลท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ (4.29) อยู่ใน

ระดับมากที่สุด รองลงมาต้องการที่จะเดินตลาดในบรรยากาศวินเทจ (4.00) อยู่ในระดับมาก และต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต (3.96) อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาลงไปในข้อความของปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.41) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และปัจจัยความหลากหลายของกิจกรรมในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (4.05) อยู่ในระดับมาก

5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม (3.72) และอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านคมนาคมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (3.85) และอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย (3.82) อยู่ในระดับมาก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (3.71) อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมาก และด้านความปลอดภัยมี ค่าเฉลี่ย (3.60) อยู่ในระดับมาก

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน

เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน สรุปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน

เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน สรุปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน

เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน สรุปได้ว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน

5.2 การอภิปรายผล

5.2.1 การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส จากการศึกษาของผู้วิจัยส่วนใหญ่ใช้การเดินทางโดยเรือเป็นส่วนมาก ผู้ที่มาท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกซึ่งทราบจากบุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จักเป็นส่วนใหญ่ ส่วนเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน ถ่ายรูปเป็นส่วนใหญ่ และเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ (อัจฉรา สมบัตินนทนา, 2555) คือการกระทำหรือการหรือการแสดงออกของมนุษย์ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทัศนคติ และค่านิยม นอกจากนี้การแสดงออกนั้น ๆ อาจมาจากการกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม และ สังคม

5.2.2 การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส จากการศึกษาของผู้วิจัยจะมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ส่วน คือเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว และปัจจัยดึงดูด ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว คือ ต้องการหาสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่มากที่สุด ส่วนปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2551) คือแรงจูงใจมาจากการผลักดันที่ทำให้บุคคลเข้าร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจผสมผสานมาจากหลายสาเหตุหรือแรงกระตุ้น

5.2.3 การศึกษาความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และสถานภาพสมรส จากการศึกษาของผู้วิจัยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความพึงพอใจด้านคมนาคมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ(พิชญา ดวงฟู, 2559) สรุปลักษณะความพึงพอใจ โดยมีใจความว่า ความพอใจเกิดจากความต้องการของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องทางสังคมต้องการความปลอดภัย ด้านสังคม ด้านร่างกาย และด้านความสำเร็จ ซึ่งความต้องการนี้ บางครั้งทำให้มนุษย์อยากหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายมาพักผ่อนหย่อนใจตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การไปเยี่ยมเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรต่าง ๆ หน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยว

5.3.1.1 การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ายานพาหนะที่ใช้เดินทางมาส่วนมากคือเรือ ส่วนใหญ่เดินทางเป็นครั้งแรกซึ่งทราบแหล่งท่องเที่ยวมาจากบุคคลใกล้ชิด คนรู้จัก เป็นส่วนใหญ่มากกว่าช่องทางอื่น ซึ่งมีเป้าหมายในการมาเพื่อรับประทานอาหาร-เครื่องดื่ม และเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาระบบคมนาคมในการเดินทางด้านอื่นๆ ให้สะดวก และสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผ่านช่องทางอื่น และเพิ่มกิจกรรมบนเกาะเกร็ดให้ดึงดูดมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

5.3.1.2 การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเมื่อจำแนกตามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวพบว่าเหตุผลที่เลือกเดินทางมาส่วนใหญ่คือมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ และปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด ทำให้หน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงในส่วนของคุณภาพ และปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

5.3.1.3 การศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเมื่อจำแนกตามความพึงพอใจพบว่าปัจจัยด้านคมนาคมเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาคือด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ องค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการเดินทางโดยสารมายังสถานที่ท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ด้วย เช่น รถส่วนตัว หรือรถประจำทาง ทำให้เพิ่มช่องทาง เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางให้แก่ นักท่องเที่ยว และนำข้อมูลไปพัฒนาด้านอื่นๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในทุกๆ ด้าน

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป

5.4.1 จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทางผู้วิจัยเห็นว่านอกจากแรงจูงใจและความพึงพอใจ ยังมีหลายปัจจัยที่น่าสนใจ เช่น การทำการตลาดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์

การท่องเที่ยว หากมีข้อมูลการวิจัยในปัจจุบันเหล่านี้ อาจส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่มากขึ้นต่อเกาะ
เกร็ดเองและจังหวัดนนทบุรี

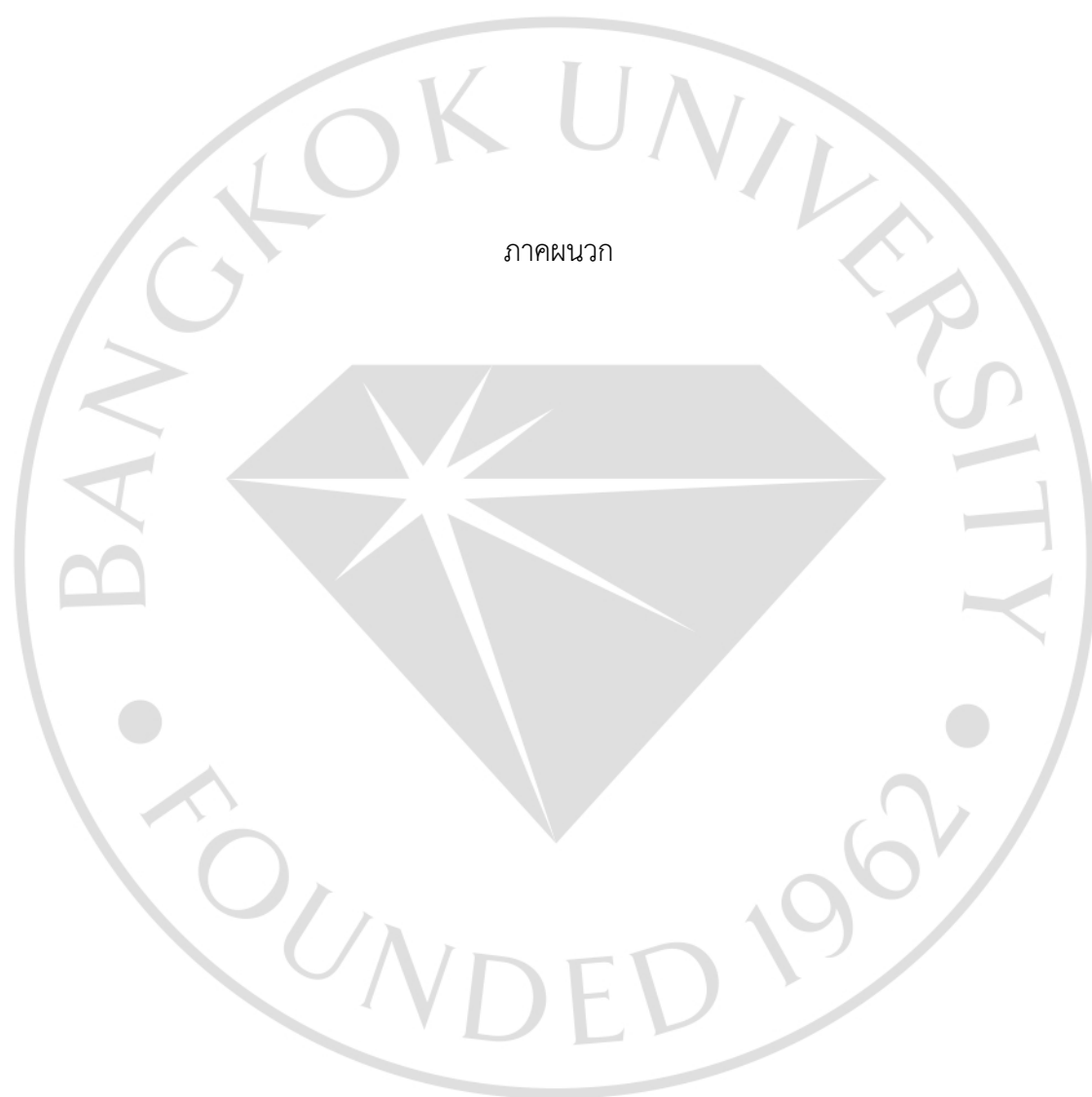
5.4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะเก็บข้อมูลตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวที่จังหวัดนนทบุรี ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลต่อผู้ที่ต้องการนำไปใช้ และอาจเกิด
ประโยชน์ในอนาคต



บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ รายจังหวัด. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2019). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ธรรณูชนก เพชรานนท์. (2558). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เบญจมาศ ลาภจิตร. (2552). แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- วิธาน จินาภักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัชรภรณ์ รัชย์ศรี. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์กรุงเทพมหานคร. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.Kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/pages/33847.aspx>.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. “ความหมายของคำว่าพึงพอใจ”, ราชบัณฑิตยสถาน (2546):793.
- พิชญา ดวงฟู. (2559). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิศาล บุญปลุก (2560). วัฒนธรรม : ภูมินามเกาะเกร็ด. ใน การเสวนาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชุมชนเกาะเกร็ด ครั้งที่ 1(หน้า 45). กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- ต่อทอง ทองหล่อ. (2562). ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์. สืบค้นจาก <https://propoholic.com/prop-talk/>.

- นปภา พิสิฐมุกดา. (2551). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคลของ สแตดคาร์ด ชาเตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ธนาคารชาติที่แบ่งกั้นเขตกรุงเทพฯ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- นวลปรานค์ เขียรประสิทธิ์. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- สมยศ นาวิกา. (2539). *ทฤษฎีองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.*
- สรชัย พิศาลบุตร. (2550). *การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.*
- สำนักงานพัฒนาพัฒนาชุมชน. (2562). *ประวัติความเป็นมา.*
สืบค้นจาก <https://district.cdd.go.th/pakkret/about-us/ประวัติความเป็นมา/>.
- แสงเดือน รัตธิร. (2555). *ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 18(1), 84-104.*
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.*
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- Thailand Tourism Directory. (2561). *เกาะเกร็ด.*
สืบค้นจาก <https://www.thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction>.



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปริญญาโทคณะมนุษยศาสตร์ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาของท่าน โปรดให้ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ที่มีต่อเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เพียงธาร ผลิพีช

นักศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านสถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2) 21-30 ปี 3) 31 – 40 ปี
 4) 41-50 ปี 5) 51-50 ปี 6) มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

- 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง
 4) หม้าย 5) แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- 1) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือต่ำกว่า 2) ปวช.
 3) ปวส. 3) ปริญญาตรี
 4) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน – นักศึกษา 2) รับราชการ – รัฐวิสาหกิจ
 3) อาชีพอิสระ 4) พนักงานบริษัทเอกชน
 5) ค้าขาย 6) ธุรกิจส่วนตัว
 7) เกษียณอายุ 7) อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2) 10,001 – 20,000 บาท
 3) 20,001 – 30,000 บาท 4) 30,001 – 40,000 บาท
 5) มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด กรุณาตอบเพียงข้อ

ละ 1 คำตอบ

1. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 2) รถโดยสารประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 3) แท็กซี่ | <input type="checkbox"/> 4) เรือ |
| <input type="checkbox"/> 5) รถขององค์กร | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ โปรดระบุ |

2. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

- 1) ครั้งที่ 1 2) ครั้งที่ 2 3) ครั้งที่ 3 4) มากกว่า 3 ครั้ง

3. ช่องทางที่รู้จักหรือทราบแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) บุคคลใกล้ชิด/รู้จัก | <input type="checkbox"/> 2) สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, Instagram) |
| <input type="checkbox"/> 3) ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> 4) สื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร) |
| <input type="checkbox"/> 5) โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ โปรดระบุ |

4. เป้าหมายในการมาท่องเที่ยว

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน เพื่อมาถ่ายรูป | <input type="checkbox"/> 3) สนใจการศึกษาวัฒนธรรม |
| <input type="checkbox"/> 2) มาเพื่อพูดคุยธุรกิจ | <input type="checkbox"/> 5) มาเพื่อรับประทานอาหาร – เครื่องดื่ม |
| <input type="checkbox"/> 4) มาเพื่อทำบุญ | <input type="checkbox"/> 7) อื่น ๆ โปรดระบุ |
| <input type="checkbox"/> 6) มาศึกษาดูงาน | |

5. เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) คนเดียว | <input type="checkbox"/> 2) เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3) มาเป็นกลุ่มทัวร์ | <input type="checkbox"/> 4) ครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 5) สถานศึกษา | <input type="checkbox"/> 6) องค์กร |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด กรุณาตอบเพียงข้อ

ละ 1 คำตอบ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี					
1. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต					
2. ต้องการพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว					
3. ต้องการมาสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิต					
4. ต้องการมาแสวงบุญหรือทำบุญ					
5. ต้องการพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคล อื่น ๆ					
6. ต้องการชิมขนมไทยและอาหารไทยโบราณ					
7. ต้องการที่จะเดินตลาดในบรรยากาศวินเทจ					
8. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกาย และจิตใจ					
9. ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่					
ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี					
1. ความมีชื่อเสียงของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี					
2. ความเหมาะสมและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					

4. ความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่					
5. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
7. ความหลากหลายของอาหารและขนมไทยโบราณ					
8. ความหลากหลายของกิจกรรมในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด กรุณาตอบเพียงข้อ

ละ 1 คำตอบ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว					
1. ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว					
2. คุณภาพของอาหารและขนมไทยโบราณ					
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความสวยงามของวัดวาอาราม					
5. มีวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ สาธิตวิธีการทำกิจกรรมต่าง ๆ					
6. บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ความสะอาดของสุขาในเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี					
2. ความเพียงพอของที่ทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว					
3. การให้บริการของร้านค้า					
4. พื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					

5. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจ บริเวณจุดต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านคมนาคม					
1. ระยะเวลาในการเดินทาง					
2. การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย					
3. ป้ายบอกทางที่ชัดเจน					
4. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
ด้านความปลอดภัย					
1. การจัดเส้นทางเดินให้ปลอดภัย					
2. สถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ					
3. ป้ายเตือนภัยต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวทาง เว็บไซต์และสื่อประเภทต่าง ๆ					
2. มีการจัดเอกสาร แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการ นักท่องเที่ยว					
3. มีการโปรโมทผ่านประสบการณ์ปากต่อปากจากผู้ที่เคย เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	เพียงธาร ผลิตพืช
อีเมล	peangtarn.plip@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2564 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2560 ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ประสบการณ์การทำงาน	นักกีฬาเทนนิสอาชีพ (ทีมชาติไทย)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 21 เดือน เมษายน พ.ศ. 2564

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) เพียงธาร ผลิตพืช อยู่บ้านเลขที่ 55/105ซอย สุขภาพประชาสรรค์ ถนน ดิวนนท์-ปากเกร็ด ตำบล/แขวง บางพูดอำเภอ/เขต ปากเกร็ด จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 1120เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620500350ระดับปริญญา ตรี โท เอกหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและวอร์ทอ่งเทียวคณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “**ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ**” ฝ่ายหนึ่ง และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “**ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ**” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์หัวข้อ การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

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

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ทำการเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถน ำงานนั้นออกทำซ้ำเผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฯนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฯนี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นางสาวเพียงธาร ผลิตพืช)

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

พยาน

(ดร.ชุติน แกวนพรัตน์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย