

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะพะงัน

Factors Affecting the Satisfaction of Foreign Tourists Visiting
Koh Phangan



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะพะงัน

Factors Affecting the Satisfaction of Foreign Tourists Visiting
Koh Phangan



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมาเยือนของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

ผู้วิจัย ปุณยวีร์ เตียววานิช

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.สุชาดา เจริญพันธ์ศิริกุล

บุญยวีร์ เตียววานิช. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว, กรกฎาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนบนเกาะพะงัน (103 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. มณีเนตร วรชนะนันท์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน 2) ศึกษาระดับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนเกาะพะงัน จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Sample Mean) ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า T-test และ One-way ANOVA (F-test) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison) โดยวิธีการ Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 30,001-60,000 USD พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ ไม่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เหตุผลที่มาท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน เดินทางมาพร้อมกับเพื่อนด้วยโดยรถโดยสารประจำทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 2,000 USD ช่วงเวลาเดินทางคือวันหยุดตามเทศกาล และแหล่งสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านความดึงดูด โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ในด้านสถานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ

ทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อศึกษาระบบชาติมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี น้อยกว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวต่างชาติ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ

Deawwanich, P. Master of Arts (Hospitality and Tourism Industry Management),
July 2021, Graduate School, Bangkok University.

Factors Affecting the Satisfaction of Foreign Tourists Visiting Koh Phangan (103 pp.)

Advisor: Maneenate Worrachananun, Ph.D.

ABSTRACT

This research were a quantitative research study. The purposes of this research were to: 1) Study the tourism behavior of foreign tourists traveling to Koh Phangan 2) Study the satisfaction level of foreign tourists traveling to Koh Phangan. 3) Study the factors affecting the satisfaction of foreign tourists traveling to Koh Phangan. A sample of 400 cases were drawn from Koh Phangan, using convenience sampling method with a questionnaire. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics, i.e. frequency distribution and percentage, sample mean, and standard deviation (SD). The hypothesis was tested with T value. -test and One-way ANOVA (F-test) Multiple Comparison test by Scheffe method.

The results of this research indicated that most of the respondents were female, company employees, bachelor's degree, monthly income 30,001-60,000USD. Most foreign tourists behavior has never visited Koh Phangan, Surat Thani Province. The reason they come here for fun is traveling with friends by bus, the cost of travel is less than 2000 USD. The travel time is during the holidays and the satisfaction of foreign tourists is searched on the Internet. Tourism in Koh Phangan, Surat Thani Province, found that the overall attraction factor was at a high level with an average of 4.51 In terms of location, it is unique and interesting.

The hypothesis testing revealed that the different objectives of traveling to Koh Phangan. They had different of satisfaction levels in tourism in Surat Thani and the objectives of traveling to Koh Phangan to study nature had different levels of satisfaction less than the purpose of traveling to Koh Phangan to relax with family.

Keywords: Foreign Tourists, Tourism Behavior, Satisfaction

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วง ได้เป็นอย่างดี เพราะความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา
ดร. มณีเนตร วรชนะนนท์ ที่คอยให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขงานจนสำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี ข้าพเจ้า
ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านใน สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการ
ท่องเที่ยว ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ จนทำอันนำมาซึ่งความสมบูรณ์ครบถ้วนของงานวิจัยใน
ครั้งนี้ รวมถึงเพื่อนและพี่ ๆ น้อง ๆ ร่วมสาขาวิชาที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และคอยเป็นกำลังใจซึ่ง
กันและกัน

ในสุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดามารด ผู้มีพระคุณยิ่ง ที่เลี้ยงดู ห่วงใย และให้กำลังใจเสมอ
มา

ปุณยวีร์ เตียววานิช



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 คำถามงานวิจัย	5
1.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	18
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	21
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	24
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง	40
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประเภทของการวิจัย	44
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	47
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	51
4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน การมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน	54
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	58
4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานของการศึกษา	61
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	90
5.2 อภิปรายผล	92
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	93
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	97
ประวัติผู้เขียน	103

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 กับปี พ.ศ. 2559 เรียงตามลำดับ 10 ลำดับแรก	33
ตารางที่ 2.2: แสดงอันดับของจุดหมายปลายทางของของจังหวัดท่องเที่ยวที่ทำรายได้สูง แต่ละปี	34
ตารางที่ 2.3: การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ค.ศ. 2010-2030	36
ตารางที่ 2.4: สถิติค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พร้อมค่าใช้จ่ายรายหมวด พ.ศ. 2558 (มกราคม-มิถุนายน)	38
ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป	51
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน	54
ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	58
ตารางที่ 4.4: แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ	61
ตารางที่ 4.5: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ	63
ตารางที่ 4.6: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ	64
ตารางที่ 4.7: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน	66
ตารางที่ 4.8: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามระดับการศึกษา	70
ตารางที่ 4.9: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน	73
ตารางที่ 4.11: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	78
ตารางที่ 4.12: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี	80
ตารางที่ 4.13: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน	82
ตารางที่ 4.14: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามการเดินทางมากับบุคคลอื่น	84
ตารางที่ 4.15: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามจำนวนสมาชิก	86
ตารางที่ 4.16: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามพาหนะในการเดินทาง	87

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: กรอบแนวความคิด	6
ภาพที่ 2.1: เปรียบเทียบรายได้รวมที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดประจำปีงบประมาณ 2560	34



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยเป็นธุรกิจที่มีสำคัญอีกธุรกิจหนึ่ง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศไทย และทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน ประกอบกับการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทรวมเข้าด้วยกัน ทั้งที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในทางตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พัก การขนส่ง ภัตตาคารร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักที่นักท่องเที่ยวต้องซื้อโดยตรงคือการบริการ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในทางอ้อมกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการจำหน่ายซื้อขายสินค้าและการบริการ (แก้วตา สุทธิศรี, ม.ป.ป.) ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัว ผลต่อการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552, หน้า 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญในฐานะตัวแทนที่ดี ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศ และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของไทยให้เป็นที่รู้จัก แพร่หลายในหมู่ชาวต่างชาติ ให้ได้รู้จักมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถส่งเสริมให้เกิดอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในแหล่งชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนาประเทศในด้านสาธารณูปโภค ทางด้านเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทั้งภูเขาและทางทะเล ที่สวยงาม มีโบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รวมไปถึงมีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของชาวบ้านในพื้นที่ มีกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดิน จนกระทั่งทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวได้รับความประทับใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำใหม่อีกครั้งหนึ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 33) โดยเฉพาะทะเลไทยมีความสดและสวยงาม ซึ่งดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง (วิมล จิโรพันธ์, ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์, 2548, หน้า 10) และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามของไทยส่วนใหญ่ก็อยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย (สุทธิชัย ปทุมล่องทอง, 2549, หน้า 48)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกทางตอนใต้ของประเทศไทย โดยมีลักษณะสภาพภูมิประเทศที่มีความหลากหลาย ทั้งภูเขาสูง ที่ราบ และที่ราบชายฝั่งทะเลครอบคลุมไปถึงบริเวณอ่าวไทย (สถานีพัฒนาที่ดินสุราษฎร์ธานี, 2559) มีอาณาบริเวณทั้งที่เป็นทะเล และเป็นหมู่เกาะทั้งขนาดเล็กและใหญ่ มากเป็นอันดับสามในประเทศ โดยมีเกาะ จำนวน 108 เกาะ เป็นรองมาจากจังหวัดพังงาที่มีเกาะ จำนวน 155 เกาะ และจังหวัดภูเก็ตที่มีเกาะจำนวน 154 เกาะ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญในอันดับต้น ๆ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีธรรมชาติอันสวยงามในหมู่เกาะ

ต่าง ๆ ได้แก่ เกาะเต่า เกาะสมุย เกาะนางยวน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะพะงัน โดยในพื้นที่ส่วนใหญ่บน หมู่เกาะจะเป็นป่าดิบชื้น เนื่องจากมีฝนชุก ทำให้อุดมด้วยพืชพรรณหลากหลายชนิด ด้วยศักยภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอันสวยงามและอุดมสมบูรณ์ จึงส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวตามหมู่เกาะต่าง ๆ มีชื่อเสียงโด่งดังโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ สถานที่จัดงานฟูลมูนอย่างเกาะพะงัน เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

เกาะพะงันเป็นเกาะที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติหลากหลายสัญชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะพะงันด้วยชื่อเสียงด้านงานฟูลมูน และความเป็นธรรมชาติของเกาะพะงัน ในทางภูมิศาสตร์อำเภอเกาะพะงันเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเป็นอำเภอที่มีพื้นที่น้อยที่สุดของจังหวัด เป็นเกาะตั้งอยู่บริเวณ ห่างออกไปทางทิศตะวันออกของจังหวัดระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร และอยู่ไกลจากอำเภอเกาะสมุย ประมาณ 15 กิโลเมตร วิธีการเดินทางไปเกาะพะงันนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปจังหวัดสุราษฎร์ธานีก่อนจะต่อเรือไปยังเกาะพะงัน สำหรับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางไปเกาะพะงัน คือ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนเมษายน ส่วนช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมกราคม เป็นช่วงมรสุมไม่เหมาะแก่การเดินทาง เกาะพะงันมีภูมิประเทศ ประกอบด้วยภูเขาทอดอยู่ตรงกลางเกาะ เป็นทิวเขาทอดตัวตั้งแต่ทิศเหนือไปจนจรดทิศใต้ ทางด้านทิศตะวันตกของเกาะเป็นที่ราบ ส่วนทางทิศตะวันออกเป็นเทือกเขาสูงจรดทะเล โดยรอบ ๆ เกาะบางแห่งจะมีอ่าว สามารถนำเรือเข้าไปเข้าจอดเทียบท่าได้เป็นบางฤดู นอกจากนี้ยังมีหาดและอ่าวมากมายให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและชมความงามของธรรมชาติในท้องทะเลอ่าวไทย อาทิเช่น อ่าวโหลกหล้า เกาะม้า อ่าวหาดรีน อ่าวแม่หาด อ่าวท้องนาบอน อ่าวศรีธนู และอ่าวท้องศาลา เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นการใช้วิถีชีวิตของชาวบ้านในการเก็บหาอาหารการเก็บหอยกุ้งการหาปูที่ได้จากการเที่ยวชมหาดต่าง ๆ บนเกาะพะงันนอกจากหาดต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีหาดศรีธนู อ่าวบ้านใต้ หาดยาว หาดสลัด หาดสน หาดเทียน หาดขุด และหาดธาร ที่สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จไปประภาสถึง 14 ครั้ง เป็นหาดที่มีทั้งน้ำตกและทะเลติดกัน ถือว่าเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของอุทยานธารเสด็จ และมีพื้นที่ป่าเป็นส่วนมากเมื่อเทียบกับเกาะสมุย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ถึงแม้เกาะพะงันจะมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ ด้วยเกาะพะงันเป็นเกาะที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก และยังไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก โดยจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบจากรายได้ที่ได้มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบนเกาะต่าง ๆ และพื้นที่อื่นบริเวณใกล้เคียงอย่าง เช่น เกาะสมุย หรือเกาะเต่า ดังนั้นเกาะพะงันจึงยังเป็นเสมือนแค่ทางผ่าน และในช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา มีประชาชนในท้องถิ่นจำนวนมาก ต้องเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจ จนเกี่ยวเนื่องไปถึงปัญหาปากท้อง และปัญหาอื่น ๆ

ที่ตามมา เนื่องจากรายได้ของผู้คนบนเกาะพะงันลดน้อยลง อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ บนเกาะที่ไม่มีการพัฒนาให้น่าสนใจ หรือมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักนัก

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจเก็บข้อมูลในเรื่องของความพึงพอใจ และพฤติกรรมการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ จํานํามาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงหน่วยงานราชการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้นำข้อมูลในส่วนนี้ ไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้ตรงกับต้องการของนักท่องเที่ยว และใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะพะงันต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตในด้านเนื้อหาของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเกี่ยวกับเนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนบุคคลผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยวด้วยกัน ว่าเป็นครอบครัว หรือหมู่คณะ ยานพาหนะที่ใช้สำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวว่าเป็นรถยนต์ส่วนตัว หรือรถบริการรับจ้าง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับการเดินทาง ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว และรวมไปถึงช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสาร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะพะงัน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

สำหรับสถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่เกาะพะงัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยแบบสอบถาม

1.3.4 ตัวแปรที่ใช้ศึกษาในการวิจัย

1.3.4.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การประกอบอาชีพ และรายได้ เป็นต้น

1.3.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทาง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกี่ครั้ง จำนวนบุคคลผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ประกอบด้วย ด้านบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.5.1 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

1.5.2 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

1.5.3 เพื่อได้ทราบวาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมีมากน้อยเพียงใด

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 นักท่องเที่ยว (Visitors) รวมไปถึง “ผู้มาเยือน” ซึ่งแบ่งเป็น ผู้มาเยือนแบบค้างคืน (Over-night Visitors)” และ “ผู้มาเยือน ที่เดินทางไปและกลับภายในวันเดียวกัน (Same-day Visitors)” ซึ่งผู้มาเยือนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือน

ชั่วคราว โดยมีการพักอาศัยอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลาอย่างน้อยกว่าหนึ่งวัน (น้อยกว่า 24 ชั่วโมง) และนักทัศนจร (Excursionist) เป็นผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราวในระยะเวลาสั้น ๆ โดยใช้เวลาอยู่ในสถานที่ ที่เดินทางมามีระยะเวลาอย่างน้อยกว่าหนึ่งวัน (รวมถึงผู้โดยสารที่มาขึ้นเรือที่ทัศนจรที่ไม่ค้างคืน)

1.6.2 การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งส่งมอบให้กับอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจที่ดีในการส่งมอบสิ่งนั้น โดยมุ่งหวังให้ผู้รับมีความพึงพอใจ หรือมีความสุข

1.6.3 พฤติกรรม เป็นการแสดงหรือการกระทำของมนุษย์ เมื่อได้รับสิ่งเร้า ซึ่งการแสดงออกนี้ จะมีลักษณะเฉพาะบุคคล ที่ไม่เหมือน ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและสิ่งเร้าที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นจากภายในหรือภายนอก โดยเกิดร่วมกันกับสิ่งแวดล้อม เป็นการตอบสนองของสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าจะโดยอาจจะตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม

1.6.4 ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมหรือความรู้สึกของบุคคลในทางบวก เมื่อได้รับการตอบสนองจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่พอใจกับสิ่งที่ได้รับ เปรียบเทียบกับความคาดหวังก่อนหน้านี้ที่จะได้รับการสนองตอบ หรือเป็นความรู้สึกสบายใจมีความสุข เมื่อบรรลุถึงความต้องการ ที่ตั้งไว้

1.6 คำถามงานวิจัย

1.7.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือไม่

2) อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือไม่

3) อาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือไม่

4) รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือไม่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมการมาเยือนเกาะพะงันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงันในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย กำหนดกรอบแนวคิด เครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัย โดยมีการนำเสนอรายละเอียดข้อมูลตามลำดับหัวข้อ ต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นองค์ประกอบทางลักษณะของบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ นิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ใช้ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค เพื่อทำการตลาดให้ตรงเป้าหมาย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จึงมีความจำเป็นในการนำไปใช้ในการกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ในทางการตลาด รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดค่าทางสถิติมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ลักษณะของประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1) อายุ (Age) อายุ ในทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มอายุ ดังนั้นการจัดกลุ่มเป้าหมายด้วยการจำแนกช่วงอายุ จึงมีความจำเป็นเพื่อที่นักการตลาดจะได้เลือกวิธีการในการที่จะสนองตอบกลุ่มลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เช่น สินค้าสำหรับเด็ก หรือสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น ดังนั้น นักการตลาดจึงใช้อายุที่แตกต่างกันของผู้บริโภค เพื่อเป็นตัวแปรสำหรับศึกษาค้นคว้าวิจัยหาความต้องการของส่วนเล็ก ๆ ในตลาด (Niche Market) โดยมุ่งให้ความสำคัญกลุ่มเป้าหมายในตลาดตามช่วงอายุนั้น ๆ เช่น เสื้อผ้าสำหรับเด็ก เครื่องสำอางสำหรับวัยรุ่น เป็นต้น

2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรอีกด้านหนึ่งทางประชากรศาสตร์ที่มีส่วนสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด ซึ่งนักการตลาดควรมีการศึกษาตัวแปรนี้อย่างละเอียด เนื่องจากตัวแปรทางด้านเพศมี

ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของการบริโภคแตกต่างจากสมัยก่อน ซึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากเพศหญิงมีการอาชีพ ทำงานนอกบ้านเช่นเดียวกับเพศชาย ทำให้มีกำลังซื้อมากขึ้น และเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านจะใช้เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และเครื่องสำอางมากขึ้น

3) สถานภาพทางครอบครัว (Marital Status) เป็นลักษณะเฉพาะทางของครอบครัว ซึ่งจะมีความจำเป็นในด้านที่เกี่ยวกับการนับจำนวนหน่วยของผู้บริโภค ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการนับจำนวนหน่วยของผู้บริโภค โดยในทางการตลาดนักการตลาดจะสนใจจำนวนของผู้ที่อาศัยในครัวเรือนเดียวกัน และคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลในแต่ละครัวเรือน ในการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทใดประเภทหนึ่ง และโครงสร้างการสื่อสารที่จะใช้สื่อสารกับผู้ที่มีอำนาจสิทธิขาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครอบครัวนั้น ๆ เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม เช่น เป็นครอบครัวใหญ่มีสมาชิกหลายคน เป็นต้น

4) ระดับของการศึกษา การประกอบอาชีพ และรายได้ต่อเดือน (Education, Occupation and Income) ถือเป็นตัวแปรที่ใช้กำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญตัวแปรหนึ่ง โดยหลักการทั่ว ๆ ไปแล้ว ผู้ที่ทำการตลาดมักจะให้ความสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเป็นอันดับแรกก่อน แต่ก็อย่าลืมว่าส่วนตลาดที่มีขนาดใหญ่ก็คือครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ ดังนั้นหากยึดถือเฉพาะเรื่องของรายได้เป็นเกณฑ์สำคัญเพียงอย่างเดียว ปัญหาสำคัญที่นักการตลาดต้องคิดเพิ่มเติม คือ รายได้นั้นจะเป็นตัววัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าได้จริงหรือไม่ เพราะในผู้บริโภคบางกลุ่มแล้ว ในความเป็นจริงความสามารถในการซื้อสินค้า อาจมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการใช้ชีวิตในแต่ละวัน รสนิยม และความชอบส่วนตัวของผู้บริโภคแต่ละคนด้วยเหมือนกัน การประกอบอาชีพ และระดับการศึกษา ล้วนมีความสัมพันธ์กับการตลาด ซึ่งปัจจัยอื่นนอกจากรายได้ ก็เป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เช่นเดียวกัน ถึงแม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมนำมาใช้ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะนำเกณฑ์รายได้มาใช้เชื่อมโยงร่วมกันกับตัวแปรประชากรศาสตร์ในลักษณะอื่น ๆ ด้วย เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นไปอีก

จากข้อมูลแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่จะนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะนำตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ มาเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาวิจัยนี้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำกลยุทธ์การตลาด และสามารถกำหนดเป้าหมายขององค์กรได้ตามแต่สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรม

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายคำว่าพฤติกรรมไว้หลากหลาย มีความคล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรม เป็นกิจกรรมการแสดงออกของบุคคล ทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำการโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น การแสดงสีหน้า การยิ้ม การเดิน เป็นต้น และพฤติกรรมภายในจิตใจของนักทอ่งเที่ยว ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ได้แก่ ความรู้สึก หนาว ร้อน หิว หรือกลัว รวมไปถึงความคิด ซึ่งจะเกี่ยวพันกับการแสดงออกที่เป็นรูปธรรม (เมธาวิ อุดมธรรมมานุกา, 2546 อ้างใน กฤติน ชุมแก้ว, 2555)

สุภารชต์ คำภ (2555 อ้างใน กฤติน ชุมแก้ว, 2555) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาหรือการตอบโต้ เมื่อมีสิ่งเร้าเข้ามากระทบ (Stimulus) หรือมีสถานการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น ทำให้บุคคลมีอากัปกริยา หรือการแสดงออกต่าง ๆ เช่น เป็นการเคลื่อนไหวร่างกายที่วัดหรือสังเกตได้ด้วยการมองเห็น เช่น การเดิน การพูดจา การเขียน และที่มองไม่เห็น เช่น การคิด และการทำงานของหัวใจ เช่น เมื่อรู้สึกตื่นเต้น หรือตกใจ หัวใจจะเต้นเร็ว เป็นต้น ซึ่งในส่วนของสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบ และทำให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองของบุคคล อาจจะเป็นไปได้ทั้งสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในร่างกายจิตใจ (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายนอก (External Stimulus) พฤติกรรมของบุคคลเหล่านี้สามารถนำมากำหนดเป้าหมายขององค์กรได้ตามสถานการณ์

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2556 หน้า 14 อ้างใน พรชัย พุทธิรักษ์, 2552, หน้า 21) อธิบายความหมายของ พฤติกรรมว่า เป็นการกระทำ การแสดงออก หรือกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์มี พฤติกรรมแสดงออกมา ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ก็ตาม เช่น การเต้นของหัวใจ การเดิน การพูด การกิน ความรู้สึก และความสนใจ

นอกจากนี้ สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2526, หน้า 2 อ้างใน ประเทือง ภูมิภักทราคม, 2535, หน้า 16) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออก หรือเป็นสิ่งที่บุคคลกระทำขึ้นมาในขณะนั้น เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือเหตุการณ์สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้น และสามารถสังเกตได้จากการกระทำ สีหน้า หรือได้ยินได้อย่างชัดเจน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง การกระทำการแสดงออก หรือการตอบสนองที่สามารถสังเกตเห็นได้ วัดได้หรือได้ยินได้แยกเป็นพฤติกรรมที่เป็นการกระทำ เรียกว่ากายกรรมและพฤติกรรมที่เป็นคำพูดเรียกว่าวจีกรรม

2) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากภายใน (Covert Behavior) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับสำนึก ความรู้สึก ไม่สามารถสังเกตได้ หรือวัดได้โดยตรง เช่น ความเข้าใจ การรับรู้ การคิด การตัดสินใจ และความรู้สึก ฯลฯ พฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสต้องใช้การสันนิษฐานจากพฤติกรรมแสดงออกภายนอก

อย่างไรก็ตามในการปรับพฤติกรรมนักปรับพฤติกรรมจะเน้นที่พฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่เพราะสามารถสังเกตได้มองเห็นได้หรือวัดได้ด้วยเครื่องมือที่มีความเป็นปรนัย (ประเทือง ภูมิภักทราคม, 2535, หน้า 18)

โดยกล่าวสรุปความหมายของ พฤติกรรม คือ กิจกรรมของบุคคลที่กระทำแสดงออก หรือ การตอบสนอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว จะมีทั้งพฤติกรรมภายนอกและภายในที่สามารถสังเกตเห็นได้และไม่สามารถสังเกตเห็นได้ตามลำดับ โดยสิ่งที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นเกิดมาจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบ โดยจะมีทั้งสิ่งเร้าภายในและภายนอก ทั้งนี้ในการปรับพฤติกรรมมักเน้นที่พฤติกรรมภายนอกมากกว่าภายในเพราะสามารถสังเกตเห็นได้หรือวัดได้ด้วยเครื่องมือที่เป็นปรนัย

2.2.2 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุวีร์ณีย์ โสภณศิริ (2554) อธิบายความหมายของ คำว่า พฤติกรรม ว่าเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกระทำหรือแสดงออกทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการกระทำสิ่งนั้น จะกระทำด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม ซึ่งการกระทำดังกล่าวบุคคลอื่นอาจจะสามารถสังเกตเห็นได้ หรือเห็นไม่ได้ก็ตาม โดยการกระทำนั้นเป็นการสนองตอบต่อสิ่งใดใด ในแต่ละสถานการณ์ที่ต่างกัน โดยพฤติกรรมภายนอกที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาให้เห็นได้ (Tourist's Overt Behavior) จะเป็นการกระทำที่บุคคลอื่นสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส และในส่วนของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) จะเป็นการสนองตอบจากการทำงานของระบบอวัยวะภายในร่างกาย รวมไปถึง ความคิด อารมณ์ และความรู้สึก ที่ถูกควบคุมไว้ด้วยจิตสำนึกภายใน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมภายนอก โดยส่วนใหญ่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวควบคุมหรือกำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกภายนอกหรือกำหนดการกระทำนั้นเอง (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555, หน้า 8)

โดยทั่วไปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะเป็นได้ทั้งปัจจัยที่อยู่ภายในตัวของนักท่องเที่ยวเอง และปัจจัยจากภายนอก สภาวะแวดล้อมรอบตัวของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริโภคสินค้าและบริการ โดยปัจจัยภายในมีลักษณะที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ คือ ความต้องการแรงจูงใจบุคลิกภาพและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสำหรับปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยวหรืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อม จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถควบคุมและกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ใต้อาการแวดล้อมรอบตัวได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องรับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมเข้ามาเพื่อปรับใช้ในพฤติกรรมดำเนินชีวิต ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมแล้ว ก็จะมีการประมวลเป็นข้อมูลสำหรับส่งไปยังสมองสั่งการให้ตอบสนองต่อสิ่งเร้า และแสดงพฤติกรรมออกมา

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

Clawson & Knetsch (1996 อ้างใน รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558, หน้า 2-3) กล่าวแนวคิด 5 ช่วงเวลาของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (The Model of the 5 Phrases of visitor experiences) ของ จำแนกได้ 5 ประเด็น ดังนี้

- 1) ช่วงเวลาของการสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

- 2) ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 3) ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ในระหว่างการเดินทาง
- 4) ช่วงเวลาการเดินทางกลับ
- 5) ช่วงเวลาภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว

2.2.4 การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยว

2.2.4.1 การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Gray (1970 อ้างใน เลิศพร ภาระสกุล, 2558, หน้า 15) กล่าวถึงแรงจูงใจ 2 ชนิดของนักเดินทาง ได้แก่ แรงจูงใจประเภทโหยหาแสงแดด (Sunlusts) และแรงจูงใจประเภทโหยหาความแปลกใหม่ (Wanderlusts) ว่าเป็น ความต้องการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในสถานที่ ที่มีความแตกต่างจากถิ่นที่อยู่ของตัวเอง หรืออาจจะเป็น สถานที่ ที่คิดว่าดีกว่า ด้วยจุดประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ไม่มีหรือปรากฏใน สิ่งแวดล้อม บริเวณถิ่นฐาน บ้านเกิด ที่อยู่อาศัยประจำของตนเอง และในประเด็นเรื่องของแรงจูงใจ ประเภท Wanderlusts จะมีความต่างจากแรงจูงใจประเภทโหยหาแสงแดด (Sunlusts) โดยใน ส่วนของ Wanderlusts เป็นความต้องการที่จะละทิ้งสิ่งต่าง ๆ ที่ตัวเองคุ้นเคย เพื่อที่จะได้ไปเห็น วัฒนธรรมหรือสถานที่แท้จริง ของวัฒนธรรมที่มีความเจริญรุ่งเรืองในสมัยอดีตกาล หรือไปในสถานที่ ที่ชื่อเสียงด้านประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

2.2.4.2 การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดของ Perreault & Dorden (1979 อ้างใน ชวลินุช อุทยาน, 2551) ได้เสนอ รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้ 4 รูปแบบ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณอย่างจำกัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ในระดับปานกลาง แต่ต้องการเดินทางไปพักผ่อน หรือท่องเที่ยวในแบบที่มีค่าใช้จ่ายไม่แพง (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

2) นักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบการผจญภัย (Adventurous Travelers) เช่น การเดินป่า การปีนเขา เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเป็นผู้ที่ระดับการศึกษาที่ดี และมีรายได้ ตั้งแต่ระดับปานกลางไปจนมีรายได้สูง และมีอายุที่ยังไม่มาก ชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการ พักผ่อน ชอบความท้าทาย หรือชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด (Vacationers Travelers) ทั้งวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดพิเศษ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ซึ่งจะใช้เวลา ในการวางแผนก่อนการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ในวันหยุดครั้งต่อไปว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ไปอย่างไร ค่าใช้จ่ายเท่าไร ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางท่องเที่ยว แต่มีรายได้น้อย จึงต้องมีการวางแผนในการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

4) นักท่องเที่ยวแบบที่ชอบใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ จะชื่นชอบหรือมีใจรักในการท่องเที่ยว และชอบที่ใช้เวลาในการเดินทางอย่างยาวนานเป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันจะไม่สนใจการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่กลับชื่นชอบการเดินทางที่ต้องใช้ระยะเวลานานมากกว่านั้น (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2558)

2.2.4.3 การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Cohen (1979 อ้างใน ชวัลนุช อุทยาน, 2551) ได้มีการนำเสนอข้อมูลรายละเอียด เกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบเน้นการทำกิจกรรมนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญในการทำกิจกรรม อาจจะเพื่อความสนุกสนาน แปลกใหม่ ให้ความแตกต่างจากการเดินทางปกติ หรือเป็นกิจกรรมเชิงนันทนาการระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เล่นเกมฉันทนาการ ร้องเพลง ตกปลา ดำน้ำ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย เช่น นวด สปา เป็นต้น (ชวัลนุช อุทยาน, 2551)

2) นักท่องเที่ยวแบบที่ต้องการแยกตัวออกมาเพื่อแสวงหาความสนุกสนาน เพลิดเพลินใจ (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาทางแนวทางเพื่อหนีความซ้ำซากจำเจในการประกอบอาชีพ การเรียน หรือหนีจากเรื่องทุกข์ใจมาเที่ยวก่อน เพื่อให้รู้สึกดีขึ้น เป็นการเติมพลัง แล้วค่อยกลับไปใช้ชีวิตปกติเหมือนเดิม (ชวัลนุช อุทยาน, 2551)

3) นักท่องเที่ยวที่การเดินทาง เพื่อมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อหาประสบการณ์จริง จากแหล่งท่องเที่ยว มีความสนใจศึกษาวิถีชีวิต และต้องการไปสัมผัส วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (ชวัลนุช อุทยาน, 2551) เช่น อาจจะหนีภัยกับการทำงานประจำ จึงออกเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวตามชุมชน ชอบพบปะพูดคุยคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรม วิถีความเป็นอยู่ และความเชื่อของคนท้องถิ่น เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ชวัลนุช อุทยาน, 2551)

5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตในแบบวิถีของคนท้องถิ่นที่ตนเองเดินทางไป (The Existential Tourists) เพื่อสัมผัสกับบรรยากาศจริง การใช้ชีวิตจริงของคนในชุมชน โดยจะต้องมีเวลาใช้ชีวิตอยู่ในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น หลายวัน หรืออาจจะเป็นเดือน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อศึกษา และเก็บข้อมูล เรียนรู้

ด้วยการดำรงชีวิตกับคนท้องถิ่น ใช้ชีวิตอยู่ภายใต้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น แต่ไม่ใช่การเข้าไปอยู่แบบถาวร เช่น ชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวที่ภูเก็ต และมีความพยายามในดำรงชีวิตอยู่เช่นเดียวกับคนไทย เช่น รับประทานอาหารไทย หัดพูดเขียนภาษาไทย รวมไปถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีไทย เป็นต้น (ชวลินุช อุทยาน, 2551)

2.2.4.4 การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดทฤษฎีโดยอาศัยหลักจิตวิทยาของ Stanley (1974 อ้างใน วิธาน จินากักดี, 2555) ด้วยการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยหลักจิตวิทยา ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวประเภทที่เน้นตนเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่สนใจเรื่องอื่น มุ่งสนใจเฉพาะปัญหาและสิ่งที่มีผลกระทบต่อชีวิตของตนเองเท่านั้น ชื่นชอบสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองรู้จักกันเป็นอย่างดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และสิ่งบันเทิงอื่น ๆ รวมไปถึงบุคคลแปลกใหม่ ไม่ชอบความยุ่งยาก หรือเหตุการณ์ที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนเดิม

2) นักท่องเที่ยวประเภทเน้นให้ความสำคัญกับตนเองในระดับปานกลาง (Near Psychocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่ตรงกลางระหว่างนักท่องเที่ยวที่เน้นตัวเองและนักท่องเที่ยวที่เดินทางสายกลาง

3) นักท่องเที่ยวประเภททางสายกลาง (Mid-centrics) คือ นักท่องเที่ยวที่อะไรก็ได้ถ้าไม่ลำบากจนเกินไป จะเน้นไปทางด้านใดด้านหนึ่ง แต่จะอยู่ตรงจุดกึ่งกลาง เช่น อาจจะไม่ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย แต่ขณะเดียวกันก็จะไม่ปิดกั้นตนเองในการที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラバใดที่พิจารณาแล้วว่า สิ่งนั้นไม่ทำให้เกิดความเสี่ยง หรือมีอันตรายเกินไปกับตนเอง หรือไม่ผิดปกติเกินไป ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มประเภททางสายกลาง

4) นักท่องเที่ยวประเภทของความหลากหลายพอประมาณ (Near Allocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ตรงกลางระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

5) นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) ไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวไปทางใดทางหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีความอยากรู้อยากเห็น สนุกที่จะทดลองกระทำสิ่งใหม่เสมอเมื่อมีโอกาส มีความเปิดเผย และมีความมั่นใจในตนเองสูง ชื่นชอบการผจญภัย และเต็มใจที่จะออกไปเผชิญโลก ดังนั้นการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการ

2.2.5 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า มีองค์ประกอบ 7 ประการ รายละเอียด ดังนี้

1) เป้าหมายของพฤติกรรม การกระทำหรือพฤติกรรมสิ่งใดของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาย่อมมีเหตุผลในการแสดงการกระทำที่ออกมาเสมอ เช่น นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือพวกอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะแสดงให้เห็น เช่น เก็บขยะไม่ทิ้งสิ่งแปลกปลอมไว้ชายหาด เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมไม่ให้เกิดเสียหาย เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางมาท่องเที่ยว โดยที่สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวยังคงสภาพความสมบูรณ์ดังเดิมไม่ได้ถูกทำให้เสียหาย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

2) ความพร้อมในการแสดงพฤติกรรม หมายถึง ความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในการแสดงพฤติกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น ความแข็งแรงของร่างกาย ในการทำกิจกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว การมีวุฒิภาวะ เช่น นักท่องเที่ยวสายผจญภัย ที่ชอบไต่เขา ดำน้ำ ต้องร่างกายแข็งแรง เป็นคนที่มีการออกกำลังอยู่เสมอ จึงจะแข็งแรงสามารถทำกิจกรรมดังกล่าวได้โดยไม่เกิดอันตราย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

3) การเลือกแสดงพฤติกรรมตามสถานการณ์หรือโอกาสที่สามารถกระทำได้นักท่องเที่ยว เช่น การปิ่นเขาไม่ควรทำในช่วงที่มีพายุฝน เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

4) การแปลความหมายจากสถานการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ทำให้ตนเองพอใจหรือมีความสุขสบายใจ ด้วยวิธีการเลือกคิดเลือกทำในแบบที่ตนเองพอใจ เช่น เวลา 7 นาฬิกาเป็นเวลาอาหารเช้า นักท่องเที่ยวจะไปทานอาหารเช้าที่ห้องอาหารในที่พัก หรือเย็นแล้วควรกลับที่พัก เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

5) การกระทำพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจแล้ว เช่น ในวันหยุดยาวเดือนหน้า นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเที่ยวทะเล เมื่อตัดสินใจแล้วนักท่องเที่ยวจะเตรียมตัวเดินทางด้วยการจองที่พักล่วงหน้า ศึกษาเส้นทาง เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

6) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจกระทำสิ่งใดใด ซึ่งผลที่ได้อาจจะเป็นไปตามความคาดหมายหรือไม่ก็ตาม เช่น ต้องการไปดำน้ำ แต่ฝนตกหนักทำให้ออกเรือไปดำน้ำไม่ได้ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันดังกล่าว ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่ตรงกับเป้าหมายที่วางแผนล่วงหน้าเอาไว้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

7) การแสดงออกของนักท่องเที่ยวเมื่อไม่สมหวัง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อไม่บรรลุสิ่งที่ตั้งใจไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวคิดทบทวนใหม่ หาทางเลือกอื่น เพื่อสนองความต้องการ หรือในบางกรณีอาจจะยกเลิกความต้องการไปเลย เมื่อพิจารณาแล้วว่า สิ่งที่ต้องการเกิดขึ้นไม่ได้ เช่น ตั้งใจเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ แต่เกิดการระบาดไวรัสโควิด 19 นักท่องเที่ยวพิจารณาแล้วว่าอาจจะเกิดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ จึงยกเลิกการเดินทางไปก่อน เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

2.2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

น้ำฝน จันทรนวล (2555) ได้กล่าวถึงปัจจัยภายใน ดังนี้

2.2.6.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว หรือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจที่ให้นักเดินทางมาเยี่ยมชม เช่น ธรรมชาติที่สวยงาม สิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นมา รวมไปถึงเทศกาลและการจัดงานตามประเพณีที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น (น้ำฝน จันทรนวล, 2555) แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- 1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นทรัพยากรที่ถูกสรรสร้างมาจากธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีต้นทุนในการผลิต แต่มีต้นทุนในการดูแล บำรุงรักษาให้คงสภาพเดิม รวมไปถึงการเข้าไปปรับแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ป่าไม้อื่นๆ เชื้อนอุทยานแห่งชาติทั้งทางบกและทางทะเล เป็นต้น (น้ำฝน จันทรนวล, 2555)
- 2) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ ศาสนสถาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ โดยมีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ความเชื่อ รวมไปถึงวัตถุประสงค์ในการสร้าง อายุของสิ่งก่อสร้าง และสุดท้ายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นทรัพยากรมีค่าทางการท่องเที่ยว สร้างงานและสร้างรายได้ให้ของประเทศ (น้ำฝน จันทรนวล, 2555)
- 3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม หมายถึง แบบอย่างหรือวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนท้องถิ่นในแต่ละชุมชนที่ยังคงสภาพเดิม โดยไม่ถูกรบกวนจากความเจริญทางวัตถุ และสามารถที่จะนำมาสร้างเป็นจุดขาย ประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าท่องเที่ยวได้ เช่น ตลาดน้ำหมู่บ้านควาย เป็นต้น (น้ำฝน จันทรนวล, 2555)

2.2.6.2 ความปลอดภัย (Security) นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น ในการตัดสินใจเลือกที่จะไปท่องเที่ยวที่แห่งใดแห่งหนึ่ง นักท่องเที่ยวย่อมจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองและครอบครัวเป็นอันดับแรก ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการมาพักผ่อน (น้ำฝน จันทรนวล, 2555)

2.2.6.3 โครงสร้างพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว (Infrastructures) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ๆ ที่สำคัญ เช่น โครงสร้างด้านการคมนาคมสะดวก มีสนามบิน มีสถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ เป็นต้น โครงสร้างสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบสื่อสาร เป็นต้น โดยปกติรัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับประชาชนในท้องถิ่นอยู่แล้ว หรืออาจจะมีการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ประชาชนได้รับประโยชน์อย่างสูงสุดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (น้ำฝน จันทรนวล, 2555)

2.2.6.4 การมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สถานที่ท่องเที่ยว และที่พักแรม ต้องมีอำนวยความสะดวก ทั้งจากที่ภาคเอกชนและรัฐจัดมาให้บริการ ในรูปแบบธุรกิจ ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ และในบริการบางอย่างก็มีบริการของรัฐร่วมอยู่ด้วย ดังนี้ (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555)

1) การคมนาคมทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ จะต้องมีความสะดวกรวดเร็ว ทันสมัย และมีความปลอดภัย ทั้งการคมนาคมทางบก ที่มีถนนหนทางเข้าถึงได้สะดวกสบาย หรือมีบริการรถสาธารณะ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ หรือมีเรือโดยสาร และทางอากาศ มีสนามบิน เป็นต้น

2) ขั้นตอนในการเดินทางเข้าประเทศ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน มีบริการข่าวสาร แนะนำขั้นตอนการทำเอกสาร ให้บริการอย่างรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก และบริการรถส่งถึงที่พักแรม เป็นต้น

3) สถานที่พักและโรงแรมมีความหลากหลายระดับและหลากหลายราคา ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกบริการ ตามกำลังทรัพย์และความต้องการ อีกทั้งมีราคาที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะดวก สะอาด และปลอดภัย

4) มีบริการนำเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง โดยที่มัคคุเทศก์ที่ให้บริการต้องมีความรู้ เข้าใจถึงบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแต่ละชาติ ศาสนาจะมีความแตกต่างกันด้านพฤติกรรม นอกจากนี้ต้องมีน้ำใจไมตรี ซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า และมีความรับผิดชอบในหน้าที่

2.2.6.5 ร้านจัดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีความชำนาญเข้ามาควบคุมด้านคุณภาพ มีการกำหนดอัตราราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้านจากธรรมชาติ การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หีบห่อที่สวยงาม (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555)

2.2.6.6 การโฆษณาเผยแพร่ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว (Advertising and Public Relation) เป็นการทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555)

2.2.6.7 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Image) ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน นักท่องเที่ยวที่มา ก็จะเป็นกลุ่มชอบเที่ยวกลางคืน ดื่มเหล้า แต่หากฟื้นฟูภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามทางธรรมชาติ และมีขนบธรรมเนียมประเพณีที่น่าสนใจ มีมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีอาหารอร่อย และเป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่าย ทั้งสินค้าพื้นเมือง และสินค้าปลอดภาษี ก็จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศในสายตา นักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นต้น (น้ำฝน จันทน์นวล, 2555)

สุวิณัสน์ โสภณศิริ (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยภายนอก ดังนี้

1) สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในขณะนั้น มีส่วนสำคัญในการเป็นตัวชี้วัด จำนวนของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น หากเศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีปริมาณลดลง เพราะในภาวะที่เงินฝืด การท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งจำเป็นในอันดับแรก โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความไม่มั่นคงทางการเมือง เช่น ถ้ามีการประท้วงยึดเอื้อ จะส่งผลให้การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศประเทศลดลง ดังนั้น เศรษฐกิจที่ดีและความมั่นคงทางการเมือง ล้วนมีผลต่อการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (สุวิณัสน์ โสภณศิริ, 2554)

2) ค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับปรุงแบบการนำเที่ยวเป็นแพคเกจ รวมค่าใช้จ่ายทุกอย่างแบบเหมาจ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดการรายละเอียดทางการเงินเพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ดังนั้นค่านิยมในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจะไม่ลดลง หากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผู้รับผิดชอบยังสามารถจูงใจให้ผู้คนนำเงินเหลือใช้ มาใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้ (สุวิณัสน์ โสภณศิริ, 2554)

3) การขยายเส้นทางคมนาคม ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ช่วยให้การคมนาคมขนส่งมีประสิทธิภาพสูงและความสะดวกรวดเร็ว เช่น รถไฟความเร็วสูง เครื่องบิน ทำให้เกิดระบบโครงสร้างการขนส่งมวลชน ถนนหนทางมีการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายมากขึ้น ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และปลอดภัย (สุวิณัสน์ โสภณศิริ, 2554)

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันได้หลากหลาย ซึ่ง ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554) อธิบายรายละเอียด เกี่ยวกับปัจจัยหรือมูลเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว เงินหรือค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับแรก ก่อนที่จะตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ไม่ว่าไกลหรือใกล้ ย่อมต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นไม่มากนักขึ้นอยู่กับระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ค่ารถในการเดินทาง ค่าน้ำมันหากต้องขับรถไปเอง ค่าที่พักที่มีหลากหลายราคา ค่าเช่ารถ ค่าอาหารการกินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ และการใช้จ่ายซื้อสินค้าของฝากกลับบ้าน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งก็มีจำนวนไม่น้อย เป็นต้น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2554)

2) เวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากแต่ละบุคคลจะมีอาชีพการงานที่ต่างกันไป รวมไปถึงวันหยุด ซึ่งอาจจะหยุดไม่ตรงกัน หรือมีเวลาว่างไม่ตรงกัน บางคนใช้เวลาช่วงวันหยุดยาวในการเดินทางท่องเที่ยว แต่กับในบางคนโดยเฉพาะกับคนที่เป็นครอบครัวใหญ่ อาจจะต้องรอช่วงลูกหลานปิดเทอม หรือบางคนอาจจะใช้ช่วงเวลาหลังเกษียณอายุงาน เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2554)

3) ความตั้งใจที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เป็นความต้องการที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัว และความรู้สึกนึกคิด ที่รายได้และเวลารวบรวมไม่สามารถมาช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวได้ ถ้าหากขาดความตั้งใจ ซึ่งความตั้งใจนี้จะเกิดจากการกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีคนใกล้ชิดไปเที่ยวมาแล้ว มาเล่าให้ฟัง สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2554)

นอกจากนี้ วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2551) ได้กล่าวเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ดังนี้

1) ระยะเวลาการวางแผนการเดินทางหรือระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว สั้นลง ลักษณะการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นแบบกะทันหันกระชั้นชิด (Last Minute Holiday) คือมีการเดินทางแบบไม่ได้วางแผนล่วงหน้ามากขึ้น เนื่องจากมีตัวเลือกในการเดินทางเพิ่มขึ้น รวมทั้งลักษณะการสำรองบริการที่สะดวกรวดเร็วขึ้น เพียงแค่ใช้บัตรเครดิตในการจองและจ่ายเงิน สามารถพิมพ์เอกสารยืนยันการจองได้ทันทีผ่านทางระบบสื่อสาร (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2551)

2) การซื้อแพ็คเกจทัวร์ในลักษณะที่รวมบริการทุกอย่างไว้ด้วยกันจะมีน้อยลงแต่จะเป็นการจัดแบบแยกราคามากขึ้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการอิสระในการเดินทางมากขึ้น (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2551)

3) ปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการที่ต้องจ่ายกับสิ่งที่จะได้ตอบรับกลับมาจากการจ่ายเป็นเงิน ดังนั้นราคาของผลิตภัณฑ์จึงเป็นเหตุผลที่สำคัญอันดับต้น ๆ ในการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจที่จะซื้อเมื่อคิดว่าคุ้มค่า และจะไม่ซื้อสินค้าและบริการเมื่อคิดว่าคุณค่าที่ได้ไม่เหมาะสมกับราคาที่ต้องจ่ายไป (วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2551)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 นิยามของความพึงพอใจ

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจในว่า เป็นทัศนคติ ความคิด หรือความรู้สึกของมนุษย์ที่เกิดขึ้นต่อบุคคลอื่นหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหากประเมินไปในทางบวกคือ เกิดความพึงพอใจ แต่ในทางกลับกันถ้าถูกประเมินค่าไปความรู้สึกไปทางลบก็คือเกิดความไม่พึงพอใจ

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540 อ้างใน “แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ”, 2551) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นการที่บุคคลเกิดความรู้สึกดีใจ ยินดี ชื่นชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเกิดความสุข เพราะความต้องการที่ตั้งไว้ได้รับการตอบสนอง หรือการได้รับความสมดุลเต็มเต็มในสิ่งที่ขาด ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นหรือแสดงออกมา

สายจิตร์ สิงห์เสนี (2546 อ้างใน “แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ”, 2551) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกมา เมื่อได้รับการส่งมอบการกระทำหรือบริการ หากสิ่งที่ได้รับตรงกับความต้องการก็จะเกิดความรู้สึกในทางบวก แต่หากว่าสิ่งที่ได้รับกลับมามีค่าต่ำกว่าความคาดหวัง ความพึงพอใจจะเป็นไปในด้านลบ จะเกิดความรู้สึกในทางติดลบ ซึ่งเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจนั่นเอง

จากข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของความพึงพอใจจากนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยพอจะสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า ความพึงพอใจเป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมา เมื่อเกิดความรู้สึกยินดีจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการที่ตั้งไว้ แต่หากเกิดความรู้สึกตรงกันข้าม แสดงว่าบุคคลไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีระดับความพึงพอใจไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในการให้บริการและความรู้สึกของบุคคลในมิติต่าง ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีไม่เท่ากัน

2.3.2 ทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Kotler & Armstrong (2002) อธิบายว่า ในการที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมามีสาเหตุมาจากสิ่งจูงใจ (Motive) หรือเกิดจากแรงขับเคลื่อนภายใน (Drive) ที่มากพอจะกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ จนกระทั่งทำให้มนุษย์ยอมจำนน และแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้ตนเองสมความปรารถนาหรือความต้องการ ซึ่งระดับความต้องการของแต่ละคนจะไม่เท่ากัน สำหรับความต้องการในทางด้านจิตวิทยา (Psychological) จะเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากภายใน เช่น การต้องการการยอมรับจากผู้อื่นในสังคม (Recognition) การได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อเกิดความสำเร็จ (Esteem) หรือความต้องการเป็นเจ้าของทรัพย์สินต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งนอกกาย (Belonging) และส่วนของความต้องการทางด้านชีววิทยา (Biological) จะเกิดขึ้นมาจากสภาวะตึงเครียดทางอารมณ์จากความต้องการภายในร่างกายของบุคคล ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เช่น ความหิวเกิดจากร่างกายต้องการอาหาร ความกระหายเกิดจากร่างกายต้องการน้ำ เป็นต้น ซึ่งในช่วงแรกความต้องการที่ถูกกระตุ้นอาจจะมีแรงจูงใจยังไม่เพียงพอให้เกิดพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมออกมาเมื่อได้รับการกระตุ้นจากแรงจูงใจจนเกิดความตึงเครียด ตามทฤษฎีแรงจูงใจรายละเอียด ดังนี้

1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

Maslow ได้อธิบายเกี่ยวกับ แรงจูงใจ ไว้ว่า เป็นแรงที่ผลักดันให้เกิดความต้องการของมนุษย์ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งแต่ละคนจะไม่เหมือน ซึ่งหมายความว่า มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน และความต้องการนั้นจะถูกเรียงลำดับจากแรงกดดันมากไปหาแรงกดดันน้อย นั้นหมายความว่า มนุษย์จะสนองความต้องการของตนเองเรียงตามลำดับความต้องการ โดยเรียงลำดับจากความต้องการมากไปหาน้อย ซึ่งการจัดลำดับความต้องการตามความสำคัญมี ดังนี้

- ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานที่มีแรงกดดันมาก จนมนุษย์ไม่อาจจะปฏิเสธความต้องการนี้ได้ เนื่องจากความต้องการดังกล่าว เกี่ยวข้องกับการมีชีวิตให้อยู่รอด ซึ่งเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์อยู่แล้ว ได้แก่ ความต้องการอาหาร ยารักษาโรค และที่พักอาศัย เป็นต้น

- ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อมนุษย์กินอิ่ม มีบ้านที่พำนักแล้ว ย่อมเกิดความต้องการใหม่ เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด นั่นก็คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- ความต้องการทางสังคม (Social Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ที่อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก บุคคลจึงต้องการการยอมรับจากผู้อื่นในสังคม ตามสถานะภาพที่เป็นอยู่ เช่น ต้องการการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มเพื่อนฝูง หรือต้องการการยอมรับจากญาติพี่น้อง เป็นต้น

- ความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่อง และความนับถือจากผู้อื่น และการมีสถานะภาพที่เป็นที่ยอมรับในทางสังคม เช่น อาชีพแพทย์ มีสถานะในสังคมที่ได้รับการยอมรับนับถือ เป็นต้น

- ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จสูงสุด (Self-actualization Needs) ความสำเร็จของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน และไม่เท่ากัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสามารถ โอกาส ความพยายาม เป็นต้น แต่การประสบความสำเร็จก็เป็นความต้องการสูงสุดของทุกคน ที่ได้มุ่งหวังตั้งใจไว้ ทั้งด้านหน้าที่การงาน ฐานะ และครอบครัว

จากลำดับขั้นความต้องการบุคคลจะไม่สามารถข้ามลำดับขั้นความต้องการได้ หากความต้องการที่มากที่สุดยังไม่ได้รับการตอบสนอง เมื่อความต้องการขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้วจนความต้องการหมดลงแล้ว ความต้องการในลำดับขั้นต่อไปจึงจะถูกกระตุ้น เช่น ผู้ที่มีฐานะยากจน อดมื้อกินมื้อ จะไม่มีเวลาสนใจอย่างอื่น นอกจากหาวิธีที่จะให้ตนเองมีอยู่มีกินเท่านั้น จะยังไม่ต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคม เป็นต้น

2) ทฤษฎีแรงจูงใจของซิกมันด์ ฟรอยด์

Freud (1964) กล่าวว่า มนุษย์จะไม่รู้สึกตัวว่า ตนเองพลังทางจิตวิทยาที่มีส่วนในการสร้างให้เกิดพฤติกรรม โดยมนุษย์สามารถเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่างที่อยู่เหนือการควบคุม ไม่สามารถควบคุมได้ จนทำให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างที่ไม่ตั้งใจ เช่น ความฝัน พูดคำที่หลุดออกมาโดยไม่ตั้งใจพูด บางครั้งใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล หรือมีอาการวิตกกังวลต่อเรื่องต่าง ๆ

ซริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า มนุษย์จะกระทำการสิ่งที่ทำให้ตนเองมีความสุขและเกิดความพึงพอใจเท่านั้น และจะหลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำ

ให้ตนเองไม่มีความสุข ทำแล้วเกิดทุกข์ และลำบาก จะไม่ทำ เป็นต้น ซึ่งประเภทของความพอใจมีดังนี้

1) ความพอใจทางด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวและพยายามหลีกเลี่ยงการกระทำที่ทำให้เกิดความทุกข์หรือความไม่สะดวกสบายไม่ว่าจะเป็นด้านร่างกายหรือจิตใจ

2) ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) ความสุขส่วนตัว เป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนพยายามแสวงหา และความสุขคือการกระทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ แต่ไม่ได้หมายความว่า การแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนเสมอไปเสมอไป บางคนอาจจะพึงพอใจเมื่อเห็นคนอื่นมีความสุข เช่น พ่อแม่มีความสุขเมื่อลูกประสบความสำเร็จ

3) ความพอใจที่เกี่ยวกับด้านจริยธรรม (Ethical Hedonism) จริยธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์พึงมี ดังนั้นมนุษย์จะมีการแสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม หรือผลประโยชน์ของสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ และตนเองจะเป็นหนึ่งในผู้ได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นร่วมกันในสังคมนั้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.4.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นบริการที่ยอดเยี่ยม โดยมีแนวคิดในเรื่องการดำเนินงานที่ต้องไม่มีข้อผิดพลาดใดใดเกิดขึ้น จากการเสนอบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผู้ให้บริการต้องสามารถคาดการณ์ และรู้ความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี (Crosby, Evans & Cowles, 1990) สอดคล้องกับ Zineldin (1996) อธิบายว่า คุณภาพการเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว โดยลูกค้าจะประเมินผลเปรียบเทียบการบริการที่ได้รับกับความคาดหวังก่อนที่จะมารับบริการ หากเป็นไปตามที่คาดหวังไว้

2.4.2 วิธีการวัดคุณภาพของงานบริการ (SERVQUAL)

องค์กรธุรกิจที่ให้บริการ จะมีกระบวนการในการบริหารจัดการธุรกิจโดยเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนั้นการทำให้ลูกค้าพึงพอใจย่อมเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจประเภทงานบริการ ดังนั้นในภาคธุรกิจบริการจึงต้องมีกระบวนการในการวัดคุณภาพการให้บริการที่ชัดเจน โดยพิจารณาจากตัวชี้วัด ดังต่อไปนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988)

1) มีความสามารถในงานที่ให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า มีทักษะในการเจรจา พูดจาไพเราะ รู้จักหักทลาย และความรู้ในหน้าที่ที่ตนเองให้บริการ สามารถตอบข้อสงสัย และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เมื่อลูกค้าต้องการทราบข้อมูล และสามารถที่มีเหล่านั้นในการให้บริการกับลูกค้าได้

2) สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า (Reliability) การให้ข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง ให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอ โดยไม่เกิดข้อผิดพลาด ย่อมสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ และทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการ เพื่อที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีก

3) ผู้ให้บริการมีการตอบสนองลูกค้าที่รวดเร็ว (Responsiveness) เป็นการเตรียมพร้อมของผู้ให้บริการ ในการที่จะให้บริการลูกค้า ทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาวะความพร้อมของผู้ให้บริการเอง เมื่อเกิดความพร้อมในด้านต่าง ๆ ย่อมทำให้การบริการมีการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องทำให้ลูกค้าต้องรอนาน จนลูกค้าเกิดความเบื่อหน่าย

4) การสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย (Accessibility) ธุรกิจบริการต้องมีช่องทางที่หลากหลายในการที่จะให้ผู้มาใช้บริการติดต่อสื่อสาร และสามารถเข้าถึงบริการนั้นได้ง่ายและสะดวก

5) การทำความเข้าใจผู้ที่มาใช้บริการหรือเข้าใจลูกค้า (Understanding) ผู้ให้บริการที่ดี ย่อมทำความเข้าใจในถึงความต้องการลูกค้า รู้จักจดจำความต้องการของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการประจำ เพื่อสร้างความสนิทสนม ให้บริการดูญาติมิตร ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น ผู้ที่ขายกาแฟ สามารถจดจำได้ว่าลูกค้าประจำแต่ละคนชื่นชอบกาแฟประเภทใด เป็นต้น

6) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารของผู้ให้บริการ (Communication) ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้ฟังปัญหาที่ดี และสามารถสื่อสารสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าได้ ต้องเข้าใจภาษาของผู้มารับบริการ รวมไปถึงความสามารถในการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานได้อย่างตรงประเด็น เพื่อให้การให้บริการมีความถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ

7) การสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ (Credibility) ผู้ให้บริการต้องทำงานด้วยความซื่อสัตย์ ทั้งกับองค์กรและซื่อสัตย์กับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

8) การสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า (Security) ในการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการคิดว่าลูกค้าคือคนในครอบครัว เพื่อให้เกิดความระมัดระวังในการให้บริการ ให้ลูกค้าได้รับความปลอดภัยในทุกด้าน ทั้งทางด้านกายภาพและด้านการเงิน มิฉะนั้นจะส่งผลเสียกับธุรกิจเป็นอย่างมาก

9) ความสุภาพอ่อนโยนต่อลูกค้า (Courtesy) ผู้ให้บริการต้องได้รับการฝึกอบรมในด้านกิริยามารยาทเป็นอย่างดี มีความอ่อนน้อมถ่อมตน การพูดจาไพเราะ แสดงความเป็นมิตรต่อลูกค้า ให้บริการเสมอภาค และรู้จักดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้าเป็นอย่างดี ในขณะที่ให้บริการผู้รับ

10) มีการบริการที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) ในการให้บริการไม่เพียงแต่พนักงานเท่านั้นที่มีความสำคัญ แต่ยังรวมถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่นำมาช่วยในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

2.4.3 มูลเหตุหรือสาเหตุที่จูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว

มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และตื่นเต้นต่อการได้รู้หรือพบเจอสิ่งใหม่ ๆ ที่ตนเองไม่เคยเห็นหรือเคยสัมผัสมาก่อน การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือเห็นภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ดังนั้นโดยสัญชาตญาณของมนุษย์เมื่อได้รับมูลเหตุจูงใจ จากสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ จึงเกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ซึ่งมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลาในขณะนั้น มูลเหตุปัจจัยสำคัญที่จูงใจ ให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว มีดังนี้

1) ความต้องการได้รับความตื่นเต้นจากการผจญภัย หรือการเดินทางไปในถิ่นที่ไม่เคยไป ไม่ว่าจะเป็น การเดินป่า ปีนเขา ตั้งแคมป์ เป็นต้น โดยผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ จากแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว หรือจากการชักชวนของกลุ่มเพื่อน ที่ชื่นชอบกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ในตัวเอง ถ้าพิจารณาให้ดี จะเห็นว่าการเดินทางเป็นการทำลายซ้ำซากจำเจ ในชีวิตประจำวัน ด้วยการหนีจากความเบื่อหน่ายด้วยการออกเดินทางไป ค้นหาสิ่งแปลกใหม่เพิ่มความมีชีวิตชีวาให้กับตนเอง โดยเฉพาะบุคคลในวัยหนุ่มสาวที่ยังไม่มีภาระ และมีความอยากรู้อยากเห็นเพิ่มประสบการณ์ให้กับตนเอง เต็มพลังให้กับชีวิต ก่อนที่จะกลับมาสู่การดำเนินชีวิตประจำวันปกติที่ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

3) ความต้องการได้รับคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวสิ้นสุดลง ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะประเมินว่าการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ได้ความรู้สึกสนุกสนาน หรือเกิดความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด หรือได้รับบริการที่ดีจากแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวที่ได้รับความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ ทำให้เกิดความสุขสนุกสนาน ตื่นเต้น หรือประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยว ย่อมรู้สึกว่ามีคุณค่าในการที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยวในครั้งนั้น ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่เดิมใหม่อีกครั้งหนึ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

4) ความต้องการศึกษาค้นคว้า และเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเพื่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนเองเดินทางไปเที่ยว เช่น พิธีกรรมทางศาสนา ประเพณีประจำท้องถิ่น และเทศกาลต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับความรู้ เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เช่นเดียวกับเจ้าของผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ การเดินทางท่องเที่ยวประเภทนี้ ผู้เดินทางมักจะศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเทศนั้น ๆ มาก่อน จึงเกิดความสนใจ และตัดสินใจเดินทางเพื่อได้สัมผัสของจริง และยังได้เรียนรู้ภาษาในถิ่นนั้นด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

5) ความต้องการรู้เห็นความเป็นอยู่ของผู้อื่นที่อยู่ในถิ่นฐานที่ไม่คุ้นเคย โดยธรรมชาติของมนุษย์ สิ่งที่ไม่รู้ไม่คุ้นเคย หรือสิ่งที่น่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงพร้อมที่จะเปิดใจเรียนรู้ และต้องการรู้เห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก เช่น ประเทศที่ร่ำรวยและเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว กับประเทศที่มีความเป็นอยู่ยากจนมีความแตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นเป็นอย่างไร และประเทศที่เป็นทะเลทราย มีความเป็นอยู่แบบไหน เมื่อมีคำถามจึงกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้ แต่เมื่อรู้แล้วก็ไม่ลึกซึ้งเท่ากับการเดินทางไปเรียนสัมผัสของจริง ในสถานที่จริง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

6) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการ การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นในสังคม นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางไปเที่ยวในที่ ที่เขาชื่นชอบ เพราะในสถานที่ดังกล่าวย่อมมีนักท่องเที่ยวคนอื่นที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน เดินทางมาท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจ เมื่อได้ติดต่อหรือทำความรู้จักกับคนอื่นที่มีนิสัยบางอย่างที่คล้ายกับตนเอง และยอมรับนิสัยบางอย่างของเขาได้ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow) ที่ว่ามนุษย์ต้องการที่จะได้รับการยกย่อง และการยอมรับจากผู้อื่นในสังคม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

7) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการความภาคภูมิใจที่ได้ไปเที่ยวในสถานที่บางแห่ง การที่นักท่องเที่ยวเกิดต้องการที่เดินทางไปท่องเที่ยว อาจเกิดจากการต้องการที่จะไปเยี่ยมเยือนสถานที่แห่งนั้น สักครั้งหนึ่งในชีวิต โดยเฉพาะสถานที่ที่มีชื่อเสียง อยู่ไกล ทั้งด้านความสวยงาม และอยู่ห่างไกล มีค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น เพราะต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ แตกต่างจากผู้อื่นที่ยังไม่ได้เดินทางไป หรือเดินทางไปเพราะผู้อื่นไปเที่ยวแล้ว แต่ตนเองยังไม่ได้ไป โดยเฉพาะการเปรียบเทียบกับญาติพี่น้อง และกลุ่มเพื่อน เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

8) ความต้องการยกฐานะและความสำเร็จทางสังคม ในการเดินทางท่องเที่ยวมีหลายวัตถุประสงค์ในการเดินทาง การท่องเที่ยวธรรมในวันหยุดถือเป็นเรื่องปกติ แต่หากได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์อื่น เช่น ได้รับการคัดเลือกไปดูงานที่ ไปเข้าเข้าร่วมประชุมทางธุรกิจ เป็นต้น ก็จะเป็นการยกฐานะ และสร้างเกียรติประวัติให้กับตนเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.5.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้อธิบายถึง การท่องเที่ยวว่า ในการท่องเที่ยวจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของหลักสากลในการท่องเที่ยว โดยพิจารณา ได้ดังนี้ (Goeldner & Ritchie, 2006, p. 7 อ้างใน นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ, 2560, หน้า 2) คือ

- 1) นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมจากปกติ ไปยังถิ่นที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) การเดินทางจะต้องเกิดขึ้นมาจากสมัครใจหรือความเต็มใจ ไม่มีผู้ใดมาบังคับ
- 3) การเดินทางจะต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือมีรายได้ที่เกิดจากการเดินทางนั้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ซึ่งเดิมเป็นสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวขึ้นใหม่ เพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกได้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว ไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อต้องการความสุข สนุกสนาน การเดินทางไปเยี่ยมญาติพี่น้อง หรือการไปร่วมประชุมในที่ต่างถิ่น แต่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ หรือการย้ายไปอาศัยอยู่แบบถาวร (นิศา ชัชกุล, 2555)

2.5.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

นักท่องเที่ยวคือผู้มาเยือน (Visitors) เป็นได้ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่เป็นได้ทั้งผู้ที่มาเยือนหรือผู้ที่ไปเยือน อีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งไม่ใช่สถานที่ ที่อยู่อาศัยอย่างถาวร ซึ่งเป็นการไปเยือนด้วยเหตุจูงใจจากสิ่งใดก็ได้ และมีใช่การไปอยู่อาศัยเนื่องจากการไปประกอบอาชีพ หรือการทำงาน และเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่อย่างน้อยหนึ่งวัน และอย่างมากต้องไม่เกิน 6 เดือน

ผู้มาเยือนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (นิศา ชัชกุล, 2555, หน้า 3-4) ดังนี้

2.5.1.1 นักท่องเที่ยว (Tourists) เป็นผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวครั้งชั่วคราว โดยมีระยะเวลาแะมาพักในที่แห่งนั้น อย่างน้อยหนึ่งวัน (24 ชั่วโมง) และมีเหตุจูงใจในการเยี่ยมชมได้แก่

- 1) การเดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษาประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตคนท้องถิ่น เพื่อการผจญภัยและกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- 2) การเดินทางมาเพื่อปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายในช่วงนั้น เช่น การไปเยี่ยมญาติ การพาลูกไปเที่ยว และการเข้าร่วมประชุมในสถานที่อื่น ที่ไม่ใช่ที่ทำงาน

2.5.1.2 นักทัศนาจร (Excursionist) เป็นผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราว ในระยะสั้น ๆ โดยไม่มีการพักแรมค้างคืน (น้อยกว่า 24 ชั่วโมง)

นักท่องเที่ยว (Tourists) ในความหมายของ สันนิบาตชาติ (2480 อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) ซึ่งให้คำนิยามไว้

“บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นการชั่วคราว มายังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมิใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยประจำ เป็นเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งวันหรือ 24 ชั่วโมง” โดยสามารถจำแนกบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยว และบุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว เปรียบเทียบเป็นรายข้อ ได้ดังต่อไปนี้

1) บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่

- ผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อการดูแลสุขภาพ
- ผู้ที่ต้องเดินทางไปเพื่อเข้าร่วมการประชุม หรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ผู้ที่ต้องเดินทางไปเพื่อทำธุรกิจด้านการค้า หรือติดต่อบางประการ
- ผู้เดินทางมากับเรือสาธารณะ เรือรับจ้าง ล่องแม่น้ำ และได้รับความเพลิดเพลิน

จากการชมวิทิวทัศน์จากสองฝั่งแม่น้ำที่ล่องเรือผ่าน ถึงแม้จะแวะหยุดพัก น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ก็ตาม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

2) บุคคลที่ไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวได้จากลักษณะต่อไปนี้

- ผู้ที่เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพจากการว่าจ้าง หรือการมาเพื่อประกอบธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ โดยจะมีสัญญาระหว่างผู้ว่าจ้างกับผู้ถูกจ้างหรือไม่มีก็ตาม
- ผู้ที่เดินทางมาเพื่ออยู่อาศัยในประเทศนั้นอย่างถาวรไม่ใช่เพื่ออยู่แบบชั่วคราว
- ผู้เดินทางข้ามถิ่นฐานไปทำงานยังต่างประเทศ
- ผู้เดินทางเพื่อเข้าไปเรียนหนังสือ ศึกษาหาความรู้ ทั้งที่เป็นนักเรียน และนักศึกษา ที่อาศัยอยู่ในสถานที่ เฉพาะสำหรับนักเรียนนักศึกษา เช่น หอพักนักศึกษา หรือโรงเรียนประจำ
- ผู้เดินทางมา โดยมีได้ลงจากยานพาหนะที่โดยสารมา แม้จะใช้เวลาในประเทศนั้นมากกว่าหนึ่งวัน (24 ชั่วโมง) เช่น เครื่องบินลงเติมน้ำมัน แล้วเกิดพายุฝนฟ้าคะนอง ทำให้ขึ้นบินไม่ได้
- ผู้ลี้ภัยทางการเมือง หรือผู้ลี้ภัยทางศาสนา และผู้ลี้ภัยสงคราม หลบไปอาศัยอยู่ต่างประเทศ หรือผู้อพยพข้ามแดน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557)

ในปี พ.ศ. 2493 สหพันธองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก้ไขเพิ่มเติมค่านิยามของนักท่องเที่ยวใหม่ พิจารณาให้นับว่า นักเรียนและนักศึกษาจากต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยว เนื่องจากพวกเขาเหล่านั้นมีค่าใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นรายได้ของประเทศที่ได้มาจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังให้เปลี่ยนคำเรียก ให้กับผู้ที่เดินทางตั้งใจมาท่องเที่ยว ณ ประเทศหนึ่ง แต่มีเวลาอยู่ ณ ประเทศนั้นไม่ถึง 24 ชั่วโมง ว่าเป็น “นักทัศนาจร” ซึ่งรวมถึงผู้โดยสารที่เดินทางผ่านประเทศ โดยมีได้ออกจากบริเวณสนามบินที่จอดพักเครื่อง หรือจอดเปลี่ยนถ่ายผู้โดยสาร ให้นับว่าเป็นนักทัศนาจร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2536 อ้างใน วิทยาลัยการจัดการเพชรเกษม, ม.ป.ป.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความตามท้องที่การการท่องเที่ยวโลกกำหนดขึ้นที่กรุงโรมเป็นหลัก ในการจัดบันทึกรวบรวมจำนวนสถิติ “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

(International Touristes)” ซึ่งหมายถึง ชาวต่างประเทศที่ได้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในประเทศครั้งละไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากไปกว่า 90 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2536, หน้า 1 อ้างใน นิศา ชัชกุล, 2555) โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเดินทางดังนี้

- 1) มาเยี่ยมญาติ มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือมาเพื่อการพักผ่อนร่างกายจากการเจ็บป่วย
- 2) การเป็นตัวแทนมาเข้าร่วมประชุม ไม่ว่าจะเป็นการประชุมทางธุรกิจ การประชุมผู้นำประเทศ หรือเป็นตัวแทนสมาคมนักกีฬาหรือนักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขัน และผู้แทนทางศาสนา
- 3) การเดินทางเข้ามาเพื่อติดต่อประสานงานเรื่องธุรกิจ แต่ไม่เข้ามาเพื่อทำงานหารายได้
- 4) ผู้โดยสารหรือลูกเรือที่เดินทางมากับเรือเดินสมุทรที่แวะพักเรือ และจอด ณ ท่าเรือในประเทศนั้น ๆ แม้ว่าจะอยู่น้อยกว่า 1 คืน

ปี ค.ศ. 1968 (พ.ศ. 2511) มีการประชุมเรื่อง การเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรมประเทศอิตาลี หลังการประชุม องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึง “นักท่องเที่ยว” (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังนี้

Traveler หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง และนักท่องเที่ยว หมายรวมไปถึงผู้เดินทางเข้ามาในประเทศ และสามารถที่จะนำมานับจำนวนจัดเก็บข้อมูลเป็นสถิติได้ เช่น ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว (Touristes) และผู้เดินทางเข้ามา แต่ไม่สามารถเก็บข้อมูลในการเข้ามาในประเทศเป็นสถิติได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrant) คนเร่ร่อน (Nomad) เนื่องจากการลักลอบเข้ามาอยู่อาศัยโดยไม่ผ่านระบบการตรวจคนเข้าเมือง ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit Passenger) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border Worker) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ และผู้อพยพลี้ภัยสงคราม หรือว่าการเมือง (Refugee) (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

Visitor หมายถึง ผู้มาเยือนโดยแยกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) Tourist เป็นบุคคลที่เดินทางเข้ามาในฐานะนักท่องเที่ยว เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการเข้าพักในโรงแรม สถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (Local Accommodation) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ดังนี้ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

- International Touristes หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืนเดินทางเข้ามาในประเทศ และพักอาศัยเป็นการชั่วคราว ซึ่งในการเดินทางมาแต่ละครั้งมีระยะเวลาอยู่ในประเทศที่พำนักแต่ละครั้ง ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

- Domestic Tourist เป็นบุคคลในประเทศ และเดินทางออกจากถิ่นที่อาศัยเพื่อการท่องเที่ยว ในฐานะนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนในสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทย แต่เดินทางมาจากบ้านตนเองที่อยู่อาศัยปกติไปยังถิ่นอื่น อาจจะไปเที่ยวพักผ่อน ไปเยี่ยมญาติต่างจังหวัด และมีระยะเวลาในการที่พำนักอยู่ที่แห่งนั้นไม่เกิน 60 วัน

2) Excursionist คือ ผู้ที่ทัศนจรไปในที่ต่าง ๆ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวแต่ไม่พักอาศัยนอนค้างคืนหรือใช้บริการสถานที่พักต่าง ๆ (Day Visitor) เพียงแต่เดินทางมาชั่วคราวแบบเข้าไปเย็นกลับบ้าน และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise) โดยสามารถแยกประเภทตามลักษณะคล้ายกับนักท่องเที่ยว คือ International Excursionist หมายถึง นักทัศนจรระหว่างประเทศ และ Domestic Excursionist หมายถึง นักทัศนจรภายในประเทศ (ฉันทิช วรรณธอม, 2552)

นักท่องเที่ยวประเภท Tourist และ Excursionist เป็นกลุ่มนักเดินทางที่สามารถติดตามการเดินทาง และจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติในการมาท่องเที่ยวได้ โดยอาจจะเป็นสถิติผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง สถิติการจองที่พักแรม เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทยพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนเอง ไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ฉันทิช วรรณธอม, 2552)

นอกจากนี้ประเทศไทยได้กำหนดความหมายเกี่ยวกับคำว่า นักท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ไว้ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (ฉันทิช วรรณธอม, 2552)

นักท่องเที่ยวที่อยู่ภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง ผู้ที่มีบ้านพักอาศัยเป็นการถาวรในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดใด และอาจจะเป็นคนไทยหรือคนสัญชาติอื่น แต่มีที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ที่มีใช้จังหวัดที่เป็นถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักอันถาวรในปัจจุบัน ส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำว่านักทัศนจรไว้ว่า “นักทัศนจร” (Excursionists) เป็นบุคคลที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวเพียงระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และต้องเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้จากอาชีพที่ทำ หมายรวมไปถึง ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่

ค้ำพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักท่องเที่ยวด้วย (ฉันทิช วรรณณอม, 2552) โดยนัก
 ทักษนาจรจำแนกเป็น

1) นักทัศนจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) เป็นชาวต่างประเทศ ที่
 เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในฐานะนักทัศนจร เป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวเพียงระยะเวลาสั้น ๆ
 (ฉันทิช วรรณณอม, 2552)

2) นักทัศนจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) เป็นบุคคลผู้มีถิ่นที่พักร
 ถาวรในประเทศไทย อาจเป็นได้คนไทยและชาวต่างชาติ และมีการเดินทางด้วยความสมัครใจ ไปยัง
 ถิ่นอื่นหรือจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัยเป็นประจำหรือที่เป็นที่พำนักถาวรในปัจจุบัน (ฉันทิช
 วรรณณอม, 2552)

นอกจากนี้ยังให้ความหมายของคำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) ว่าเป็นผู้ที่เดินทางเข้ามาใน
 ประเทศ ดังนั้นในการจำแนกความแตกต่างว่าใครคือนักท่องเที่ยว หรือใครคือนักทัศนจร ต้องดู
 คุณสมบัติหรือนิยามที่ได้กำหนดไว้ โดยพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ได้ให้
 ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ว่า หมายถึง ผู้คนที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่แห่งหนึ่ง เพื่อ
 ประโยชน์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การไปศึกษาต่อต่างถิ่นเพื่อ
 การศึกษาหาความรู้ เพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

2.5.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว

หากแบ่งนักท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจในระดับสากลสามารถ แบ่งได้ 3 ลักษณะ (ฉันทิช
 วรรณณอม, 2552) คือ

1) นักท่องเที่ยว (Inbound) คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน
 ประเทศ

2) นักท่องเที่ยว (Outbound) คือนักท่องเที่ยวจากในประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวยัง
 ต่างประเทศ

3) นักท่องเที่ยว (Domestic) คือการเดินทางท่องเที่ยวของคนภายในประเทศของตน
 ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีค่าครองชีพสูงหลายประเทศมักสนับสนุนส่งเสริมให้คนของตน
 เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศอันเนื่องมาจากค่าครองชีพที่สูงทำให้รัฐบาลอยากให้คน
 ภายในประเทศได้เดินทางออกไปยังต่างประเทศในทางกลับกันในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศ
 ไทยหรืออีกหลายประเทศกลับรณรงค์ให้ประชาชนได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศของตน (ฉันทิช
 วรรณณอม, 2552)

ฉันทิช วรรณณอม (2552) ได้ให้การแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวอีกลักษณะหนึ่งสามารถ
 แบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา คือ นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินที่ดี มีรายได้สูง มีฐานะร่ำรวย มักจะเข้าพักในโรงแรมที่หรูหราราคาแพง ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเรียกร่องบริการที่มีคุณภาพสูง ต้องการความสะดวกสบาย มักจะเอาใจยาก จู้จู้จุกจิก แต่ขณะเดียวกันก็ที่จะจ่ายค่าบริการในราคาที่สูง เพื่อแลกกับบริการที่ดีเป็นพิเศษ ซึ่งต้องพิเศษทั้งด้านสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรานี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีกำไรต่อหน่วยสูงจากการขายบริการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องลงทุนในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก และการอบรมพนักงานให้ได้มาตรฐาน โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนไม่มาก (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

2) นักท่องเที่ยวประเภทระดับฐานะปานกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลาง จะไม่จู้จี้หรือเรียกร่องบริการจากทางการท่องเที่ยวมากนัก ไม่เหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา ซึ่งนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสนุกสนานในการท่องเที่ยวมากกว่า โดยจะใช้บริการการท่องเที่ยวระดับปานกลาง ที่ไม่จำเป็นต้องหรูหรามากนัก แต่ขณะเดียวกันไม่ถึงกับว่าแอ่นเกินไป ก็ไม่แอ่นเกินไป นักท่องเที่ยวประเภทระดับฐานะปานกลางมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มเพื่อฝูง เน้นกิจกรรมสนุกสนาน ร้องเพลง ดื่มกิน และโดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา จึงทำให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวมีรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ตามจำนวนที่มาท่องเที่ยวแม้จะมีกำไรต่อหน่วยไม่มากก็ตาม (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

3) นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวประเภทนี้ ส่วนมากจะมีรายได้น้อยหรืออาจไม่มีรายได้ประจำ แต่ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งในการเดินทางนี้ ต้องมีการวางแผน เก็บเงินรวบรวมไว้เพื่อท่องเที่ยว และในการเดินทางท่องเที่ยวจะได้ต้องการบริการทางการท่องเที่ยวที่ดีมากนัก เนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย จะเลือกราคาถูกไว้ก่อน ผู้ให้บริการดูแลง่าย ไม่ต้องเอาอกเอาใจมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้ เพิ่งจะมีเมื่อไม่นานมา โดยได้รับแรงจูงใจจากการโฆษณาและบริการที่ธุรกิจนำเที่ยว เช่น การเที่ยวแบบกางเต็นท์ โฮมสเตย์ เป็นต้น (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

สำหรับประเทศไทยนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในงานสถิติ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่มีที่พักพิงถาวรในประเทศไทยแต่เดินทางเข้ามาในประเทศ หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั่นเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน เป็นนักเรียนนักศึกษาที่เข้ามาเรียนหาความรู้ มาเยี่ยมญาติมิตรที่มาทำงานในประเทศไทย มาแข่งขันการกีฬา เป็นตัวแทนหรือผู้นำทางศาสนา และมาเพื่อติดต่อธุรกิจ

หรือประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องไม่มีรายได้หรือได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้น จากผู้ใดในประเทศไทย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่พำนักค้างคืน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางระหว่างประเทศ เข้ามาในราชอาณาจักรไทย และมีการพักอาศัยอยู่อย่างน้อย 1 วัน แต่ไม่เกิน 60 วัน (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ไม่ได้พำนักค้างคืน (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) หรือใช้เวลาในประเทศไม่เกิน 24 ชั่วโมง ซึ่งต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการเดินทางไม่นาน

4) นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ภายในประเทศ ได้แก่ คนไทย และชาวต่างชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทย มีการเดินทางไปยังต่างสถานที่ ซึ่งมีใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา โดยมีวัตถุประสงค์การเดินทาง เพื่อการพักผ่อน การไปเยี่ยมเยียน เพื่อน หรือญาติมิตรในถิ่นอื่น ไปเพื่อการศึกษาต่อ หรือหาความรู้ การประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ การแข่งขันกีฬา การเผยแพร่ศาสนา และหรือประกอบภารกิจใด ๆ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่เดินทางไปเที่ยวแบบไปกลับไม่ได้พำนักค้างคืน ในสถานที่ไปเที่ยว ส่วนมากจะเป็นการท่องเที่ยวในระยะทางที่ไม่ไกล สามารถเดินทางไปกลับได้ในวันเดียว (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

2.5.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย

2.5.4.1 พัฒนาการการท่องเที่ยวประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) กล่าวว่าประเทศไทยเป็นประเทศในลำดับต้น ๆ ของเอเชีย ที่ตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง ด้านทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมและเชิญชวนให้ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มาเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 57 ปี โดยการเริ่มต้นที่เห็นได้ชัดเจน คือการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในปี พ.ศ. 2503 ซึ่งขณะนั้นได้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวประเทศไทยประมาณ 81,340 คน จากความสำเร็จดังกล่าว ทำให้รัฐบาลไทย ตระหนักว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว ไม่น่าจะดำเนินการครอบคลุมกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ทั้งหมดและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ รัฐบาลในสมัยนั้นจึงยกระดับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ทำหน้าที่เพียงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มาเป็นการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2522 โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบ ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย ทั้งด้านการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการ การจัดทำสถิติ การวิจัยและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการ การพัฒนาและควบคุมบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้ได้มาตรฐานสากล ในขณะนั้น มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ประมาณ 1.5 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

เมื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว รัฐบาลจึงมีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีสถานะเป็นเพียงหน่วยงานประเภทรัฐวิสาหกิจขนาดเล็ก จึงไม่น่าจะสามารถรองรับหรือมีอำนาจเหมือนราชการได้ ดังนั้นควรมีหน่วยงานราชการเข้ามารับผิดชอบด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงมีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้นในปี พ.ศ. 2545 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะรัฐวิสาหกิจขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี เดิมให้ไปอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำหน้าที่เหลือเพียงด้านเดียว คือ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเหมือนสมัยเป็น อ.ส.ท. ส่วนภาระงานอีกด้านคือ การกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยว การจัดทำสถิติเพื่อวิจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการ ในส่วนของการกำกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มอบให้เป็นหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีการจัดตั้งกรมการท่องเที่ยวขึ้นมารับผิดชอบงานด้านนี้ และในปีนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 10.7 ล้านคน และมีคนไทยเที่ยวในประเทศเพิ่มอีกประมาณ 61.82 ล้านครั้ง จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย จนทำให้ไม่มีใครนึกถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวในด้านอื่น เช่น การช่วยฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย สร้างความเข้าใจที่ดี และเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือในการกระจายความเหลื่อมล้ำด้านต่าง ๆ ในชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

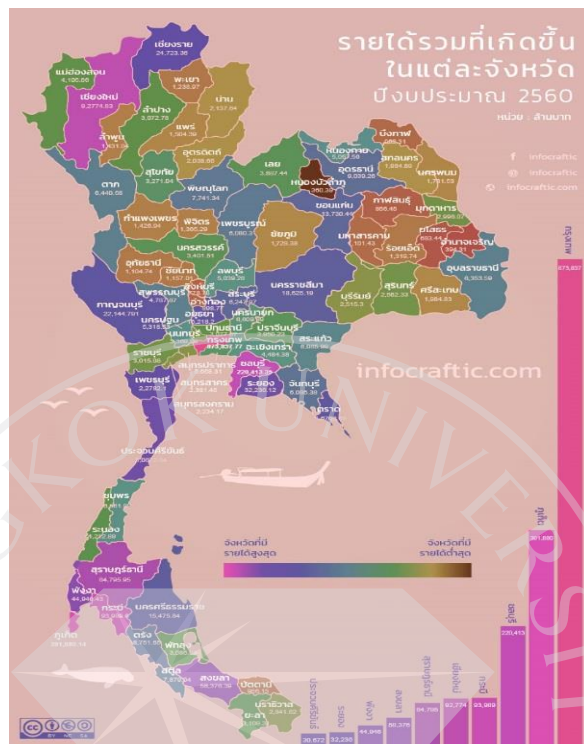
จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 (International Tourist Arrivals to Thailand 2017) เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2559 แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ รายละเอียดดัง ตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ระหว่าง
ปี พ.ศ. 2560 กับปี พ.ศ. 2559 เรียงตามลำดับ 10 ลำดับแรก

ประเทศ	2560 (คน)	2559 (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
จีน	9,805,753 (มีคนจีนเพียง 4% ที่มี พาสปอร์ตคาดว่าจะเพิ่มเป็น 9% ในอีกสองปีข้างหน้า)	8,757,646	524,451.03
มาเลเซีย	3,354,800	3,494,890	87,132.21
เกาหลี	1,709,070	1,464,200	76,195.83
ลาว	1,612,647	1,388,020	41,928.33
ญี่ปุ่น	1,544,328	1,439,510	67,512.49
อินเดีย	1,411,942	1,194,508	62,404.01
รัสเซีย	1,346,219	1,090,083	105,051.19
สหรัฐอเมริกา	1,056,124	975,643	77,571.28
สิงคโปร์	1,028,077	967,550	36,268.75
อังกฤษ	994,468	1,004,345	76,619.29

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=465.

ภาพที่ 2.1: เปรียบเทียบรายได้รวมที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัดประจำปีงบประมาณ 2560



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=465.

เมื่อแบ่งแยกรายได้จากการท่องเที่ยวตามรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไปเที่ยวมากที่สุดในปีงบประมาณ 2560 เรียงตามลำดับ 10 อันดับแรก จะเห็นว่าส่วนใหญ่มักจะเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล รายละเอียดดัง ตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2: แสดงอันดับของจุดหมายปลายทางของจังหวัดท่องเที่ยวที่ทำรายได้สูงแต่ละปี

จังหวัด	รายได้	
ภูเก็ต	391,880	ล้านบาท
ชลบุรี	220,413	ล้านบาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงอันดับของจุดหมายปลายทางของของจังหวัดท่องเที่ยวที่ทำรายได้สูงแต่ละปี

จังหวัด	รายได้	
กระบี่	93,989	ล้านบาท
เชียงใหม่	92,774	ล้านบาท
สุราษฎร์ธานี	84,795	ล้านบาท
สงขลา	84,795	ล้านบาท
พังงา	44,946	ล้านบาท
ระยอง	32,236	ล้านบาท
ประจวบคีรีขันธ์	30,672	ล้านบาท
หนองบัวลำภู	360	ล้านบาท

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=465.

ในปี พ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการได้รับการส่งเสริมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การร่วมมือวางแผน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเน้นการทำการตลาดท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่เน้นกิจกรรมอื่น ๆ ในการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Travel) เป็นต้น รวมไปถึงการขยายตลาดการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในธุรกิจกลุ่มไมซ์ (Mice) ซึ่งธุรกิจในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย การจัดการประชุมระดับนานาชาติ (Conventions) ธุรกิจการจัดการประชุมขององค์กรหน่วยงาน (Meeting) จัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness) รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ด้วย ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561)

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561) มองว่า จำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2561 จะมีประมาณ 37.64-37.99 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 6.5-7.5 จากการคาดการณ์ ในปี พ.ศ. 2560 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 8.7 ผลจากการทำตลาดการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่เน้นการท่องเที่ยวเฉพาะ ทำให้ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับการท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ขณะที่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทย ในปี 2561 น่าจะสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยว เป็นมูลค่าประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท เติบโต ร้อยละ 8.8-10.4 จากที่คาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 11.7 ในปี พ.ศ. 2560 (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561)

สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2561 นี้ มาจากการขับเคลื่อนเทรนด์จากภายนอกประเทศ อย่างเทรนด์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือเทรนด์มาจากการขับเคลื่อนภายในประเทศ โดยเฉพาะภาครัฐได้สนับสนุนนโยบายการทำตลาดการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นวิถีความเป็นไทย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการทำตลาดการท่องเที่ยวทางอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร (โดยเฉพาะสตรีทฟู้ด) ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องไปกับนโยบายของภาครัฐ (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.3: การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ค.ศ. 2010-2030

	นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ล้านคน) ค.ศ.			อัตราการ เติบโตเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	
	2010	2020	2030	2010-2030	2010	2030
ภูมิภาค						
โลก	940	1,360	1,809	3.3	100	100
ยุโรป	475.3	620	744	2.3	50.6	41.1
สหรัฐอเมริกา	149.7	199	248	2.6	15.9	13.7
เอเชียและแปซิฟิก	204	355	535	4.9	21.7	29.6
แอฟริกา	50.3	85	134	5.0	5.3	7.4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3 (ต่อ): การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ค.ศ. 2010-2030

	นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ล้านคน) ค.ศ.			อัตราการ เติบโตเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	
ตะวันออกกลาง	60.9	101	149	4.6	6.5	8.2

ที่มา: นิตศา ศิลปเศรษฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลกระทบของการเดินทางและการท่องเที่ยว (สภาการท่องเที่ยวและการเดินทางโลก WTTC, 2014) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบโดยตรงต่อ GDP ของไทยเท่ากับ 1037.3 พันล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 8.6 ของ GDP รวมของประเทศ (WTTC, 2015 1) ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนช่วยให้ประเทศได้รับรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศและรายได้ดังกล่าวมีลักษณะเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกต่างประเทศแต่เป็นสินค้าออกประเภทไม่เห็นตัวสินค้า (Invisible Export) ซึ่งมีผลทำให้ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศดีขึ้น

ตารางที่ 2.4: สถิติค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พร้อมค่าใช้จ่ายรายหมวด พ.ศ. 2558 (มกราคม-มิถุนายน)

จำนวน บาท/คน/วัน								
ถิ่นที่อยู่	รวม	ของที่ระลึก	บันเทิง	บริการท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหารและ เครื่องดื่ม	พาหนะ เดินทาง	อื่น ๆ
เอเชียตะวันออก	5,410.54	1,460.20	616.87	228.63	1,533.28	992.74	501.44	77.38
อาเซียน	4,979.04	1,151.38	370.54	164.47	1,076.77	643.35	452.87	59.96
ยุโรป	4,089.47	892.01	441.95	161.96	1,088.49	718.10	478.34	45.05
อเมริกา	4,599.96	1,179.93	610.32	172.43	1,315.10	754.37	574.90	59.46
เอเชียใต้	5,502.89	1,539.60	378.91	181.93	1,087.99	716.64	493.81	88.58
โอเชียเนีย	5,463.25	1,095.71	579.52	190.32	1,382.45	729.78	543.59	78.06
ตะวันออกกลาง	5,678.74	1,271.10	459.64	150.76	1,098.28	754.26	552.17	57.89

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ): สถิติค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พร้อมค่าใช้จ่ายรายหมวด พ.ศ. 2558 (มกราคม-มิถุนายน)

จำนวน บาท/คน/วัน								
ถิ่นที่อยู่	รวม	ของที่ระลึก	บันเทิง	บริการท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหารและ เครื่องดื่ม	พาหนะ เดินทาง	อื่น ๆ
แอฟริกา	5,202.61	1,473.94	389.55	157.31	1,123.52	715.85	497.39	52.73
รวม	4,924.11	1,183.85	558.00	194.19	1,473.34	948.75	500.89	65.09

ที่มา: นิศศา ศิลปะเสรีรัฐอ้างอิงถึงการท่องเที่ยว (2558)

จากตารางข้างต้นสามารถยืนยันได้ว่าการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้กับประเทศจากสถิติค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่านักท่องเที่ยวใช้จ่ายไปกับรายการอาหารและเครื่องดื่มมากเป็นอันดับ 3 รองลงมาจากการใช้จ่ายกับรายการที่พัก และของที่ระลึกตามลำดับ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง

ชนกฤต สุทธินันทโชติ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรม ศึกษาระดับความพึงพอใจ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านต่าง ๆ จำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบบังเอิญ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นสถิติพื้นฐาน และสถิติไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจาก ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก ในการเดินทางไปท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง และมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงันเป็นครั้งแรก ช่วงเวลาที่เดินทางมาเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเดือนมกราคม- มีนาคม สำหรับเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจกับกลุ่มเพื่อน มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวหนึ่ง และค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางครั้งนี้ โดยเฉลี่ยไม่ถึง 1,000 บาท สำหรับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน ผลการเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการทั้งในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อจำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถสัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านการเอาใจใส่ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

เกียรติภูมิ กลีบกลาง (2559) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว

ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความพึงพอใจพฤติกรรมทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวที่ต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จากการดำเนินการวิจัยมีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ ทัศนคติความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2559) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนากการท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวบรวมข้อเสนอแนะและสิ่งที่ควรปรับปรุง จัดทำข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชายหาดชะอำ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว หาดชะอำ จำนวน 420 คน ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 5 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน-กันยายน พ.ศ. 2556 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และแนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent t-test ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจ 2 ลำดับแรก คือ การคมนาคม และตัวแปรอื่น ๆ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในเรื่อง การคมนาคม และที่พัก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยตัวแปร คือ ทะเลและชายหาด การคมนาคม และตัวแปรอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ตัวแปร คือ ทะเลและชายหาด และสถานที่และสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวเพศชายและนักกระแสวัฒนธรรม นักท่องเที่ยว เพศหญิง มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ในทุกตัวแปรที่ศึกษา และจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถและการจัดระเบียบการจอดรถ การปรับปรุงทัศน การขยายถนนสำหรับคนเดิน และการจัดระเบียบการจราจร ราคาอาหารที่ไม่แพงเกินไป รถบริการสาธารณะความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ และคนชรา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสุดท้ายข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาชายหาดชะอำ ได้แก่ ควรการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นให้เพียงพอสำหรับอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ผู้บริหารระดับสูงควรเข้าร่วมประชุม และรับฟังปัญหาและความต้องการของชุมชนที่อยู่

ในแหล่งท่องเที่ยว และช่วยผลักดันให้นโยบายและความต้องการสำเร็จ หากจุดเด่นและหาเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อจัดการการท่องเที่ยวและบริการที่มีมาตรฐาน

จตุพร ศรีพันธุ์บุตร, วันเสาร์ เสือแก้ว และณัฐนันท์ แปะทิต (2560) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความพึงพอใจ: กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเดินเที่ยวตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม ในด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเดินซื้อของที่ตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เลือกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบบังเอิญ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติแบบบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิง มีจำนวนมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในมาเดินเที่ยว เพื่อจับจ่ายซื้อของ สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาด้วย คือ เพื่อน เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมาเดินเที่ยวในช่วงวันหยุด และในการตัดสินใจมาเที่ยว เป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง เวลาที่ใช้ในการเดินจับจ่ายซื้อของประมาณหนึ่งชั่วโมงโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและซื้อสินค้า ประมาณ 500-1,000 บาท มีผู้ร่วมเดินทางประมาณสองคน และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจมาเที่ยว คือ รายการโทรทัศน์ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด (4P) อยู่ในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีสินค้ามีความหลากหลาย ทั้งของกินและของใช้ ของฝาก ของที่ระลึก และร้านอาหาร ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เช่น สินค้ามีราคาที่เหมาะสม มีการขายออนไลน์ และการโฆษณาทางโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของรัฐบาล สื่อวิทยุ และโทรทัศน์ รวมทั้งการจัดแถลงข่าวเปิดงานและป้ายโฆษณา เป็นต้น

สุดาพร ทองสวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม และระดับความพึงพอใจ และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สำหรับสถิติที่นำมาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test ค่า F-test ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระหว่าง 3,001-4,000 ริงกิต มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองกลันตัน 2) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อนรองลงมาเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามาแล้วประมาณ 7-8 ครั้ง ใช้รถตู้ของบริษัทนำเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว มักจะมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์-อาทิตย์ และใช้เวลาในการพักผ่อนในจังหวัดสงขลา 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นเงิน 2,000-3,000 ริงกิต และนักท่องเที่ยวต้องการให้จังหวัดประชาสัมพันธ์ข้อมูล ปฏิทินช่วงเวลาของการจัดงานประเพณีหรือเทศกาลต่าง ๆ ของจังหวัดสงขลาเพิ่มเติม และนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ในภาพรวมที่ระดับมาก



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาภายใต้หัวข้อ ต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของการวิจัย

3.1.1 รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม 2561 ถึงตุลาคม 2561

3.1.2 ประเภทของข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงปริมาณโดยวิธีการสำรวจความคิดเห็น (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยศึกษา ค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งภายนอก (External Source) เช่น งานวิจัย หนังสือ บทความ จากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
 - ทางอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต และ เว็บไซต์ต่าง ๆ ข่าวกจากหนังสือพิมพ์
 - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนเกาะพะงัน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,189,040 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2560) โดยเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่น และมาเยือนเกาะพะงัน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ด้วยการใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane (1976) มีระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 (บุญธรรมกิจ ปรีดาบริสุทธิ์, 2540) กำหนดสูตรที่ใช้ในการคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N \times (e^2)}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N คือ ขนาดประชากร
e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่สามารถยอมรับได้
สามารถแทนค่าได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{5,189,040}{1 + (5,189,040 \times 0.05^2)} \\ &= \frac{5,189,040}{12,973.6} \\ &= 399.96 \end{aligned}$$

$$n = 400$$

ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ จำนวน 400 ตัวอย่าง

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่ต้องเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางแบบอิสระหรือมาแบบครอบครัว โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบนเกาะพะงันตามสถานที่ต่าง ๆ
- 2) เก็บข้อมูลไปอยู่ ณ บริเวณท่าเรือหลักของเกาะพะงันและตลาดไนท์มาเก็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 แบบสอบถาม

เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) มีเนื้อหาคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เป็นคำถามปลายปิด ที่ได้ดัดแปลงมาจากแนวคิด ทฤษฎี ในบทที่ 2 โดยแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

เนื้อหาแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลที่ใช้อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว มีคำถามจำนวน 4 ข้อ

เนื้อหาแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ใช้โดยศึกษาเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทาง บุคคลผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงวัน ที่เดินทาง แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และเลือกตอบเพียงข้อเดียว

เนื้อหาแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มีคะแนน 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านที่พัก ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนเป็นข้อความทางบวก ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ		ระดับคะแนนความพึงพอใจ
ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	=	5 คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	=	4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	=	3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	=	2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

3.3.2 วิธีทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงเสร็จเรียบร้อยแล้วมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่ใช้ทดสอบเครื่องมือ (Tryout) ที่มีคุณลักษณะเหมือนตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในแต่ละด้าน ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากกว่า 60 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2561 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2561 ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ (Simple Random Sampling) ซึ่งได้สถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง ได้แก่ บริเวณท่าเรือท้องศาลา และบริเวณหาดรีน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวสถานที่ละ 200 ชุด โดยมีรายละเอียดแบบสอบถามดังนี้ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ที่ใช้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จำนวน 400 ชุด เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยนำมาตรวจสอบ ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสาร บทความวิชาการ ข้อมูลทางสถิติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเป็นแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

- ห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6
- เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และสถิติ ต่าง ๆ

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอข้อมูลในลักษณะตารางประกอบการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เช่น เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน เป็นต้น

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน การศึกษาจะนำข้อมูลตัวอย่างที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลที่ได้ โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ที่เป็นข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 ที่เป็นข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

3.6.2 ค่าเฉลี่ย (Sample Mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ	ระดับของความพึงพอใจ
1.00–1.49	น้อยมาก
1.50–2.49	น้อย
2.50–3.49	ปานกลาง
3.50–4.49	มาก
4.50–5.00	มากที่สุด

3.6.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

3.6.4 การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent Sample (T-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิง ที่มีระดับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่มีความเป็นอิสระจากกัน

3.6.5 การทดสอบสมมติฐานด้วยค่า T-test และ One-way ANOVA (F-test) และในกรณีพบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison) โดยวิธีการ Scheffe เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างระหว่างความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยข้อมูลที่น่าสนใจ วิเคราะห์ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน และตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมการมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน การวิเคราะห์ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์และตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
x	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Min	หมายถึง	ค่าต่ำสุด
Max	หมายถึง	ค่าสูงสุด
T	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณา t – distribution
F	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณา t – distribution
SS	หมายถึง	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum Squares)
M.S.	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of squares)
Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรม

ทางสถิติ SPSS

*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
---	---------	-------------------------------------

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะพะงันจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ และได้รับตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 สำหรับการวิเคราะห์และการนำเสนอผลการศึกษาแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการศึกษา ดังต่อไปนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเกาะพะงันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป

ข้อมูลประชากรศาสตร์ทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	190	47.5
หญิง	210	52.5
รวม	400	100.00
อายุ		
20 ปี หรือต่ำกว่า	46	11.5
21-30 ปี	131	32.5
31-40 ปี	112	28.2
41-50 ปี	84	21.0
50 ปีขึ้นไป	27	6.8
รวม	400	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป

ข้อมูลประชากรศาสตร์ทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	79	19.8
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	96	24.0
ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว	95	23.8
พนักงานบริษัทเอกชน	96	24.0
เกษียณ	14	3.5
อื่น ๆ	20	5
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	109	27.3
ปริญญาตรี	244	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.8
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
15,000 USD หรือต่ำกว่า	122	30.5
15,001–30,000 USD	114	28.5
30,001–60,000 USD	133	33.3
60,001–90,000 USD	25	6.3
90,001–120,000 USD	5	1.3
120,000 USD ขึ้นไป	1	0.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์ทั่วไปจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศชาย จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5

อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 มีอายุ 31- 40 ปี จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 84 ราย

คิดเป็นร้อยละ 21 มีอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีอายุ 51 ปีหรือมากกว่า จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 เป็นข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 อาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 นักเรียน นักศึกษา จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 เกษียณ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอื่น ๆ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61 ระดับ ปวส. จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 ระดับปริญญาโท จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8

รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนที่ 30,001–60,000 USD จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ต่อเดือน 15,000 USD หรือต่ำกว่า จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 รายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 USD จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 รายได้ต่อเดือน 60,001–90,000 USD จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 รายได้ต่อเดือน 90,001–120,000 USD จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 รายได้ต่อเดือน 120,000 USD ขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
ไม่เคยมาเลย	170	42.5
เคยมาท่องเที่ยว จำนวน 1 ครั้ง	134	33.5
เคยมาท่องเที่ยว จำนวน 2 ครั้ง	63	15.8
เคยมาท่องเที่ยว จำนวนตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป	32	8.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมา
ท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อื่น ๆ	1	3.0
รวม	400	100
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
พาครอบครัวมาพักผ่อน	92	23.0
ศึกษารวมชาติ	46	11.5
ประสบการณ์เที่ยวชมธรรมชาติ	62	15.5
เพื่อความสนุกสนาน	197	49.3
อื่น ๆ	3	8.0
รวม	400	100
ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
เดินทางคนเดียว	89	22.3
เดินทางกับครอบครัว	114	28.5
เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	186	46.5
อื่น ๆ	11	2.8
รวม	400	100
วิธีเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
รถยนต์ส่วนตัว	103	25.8
รถโดยสารประจำทาง	133	33.3
รถไฟ	55	13.8
รถบริษัทท่องเที่ยว	72	18.0
รถมอเตอร์ไซด์	37	9.3
รวม	400	100

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะ
พะงัน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
ต่ำกว่า 2,000 USD	136	34.0
2001-4000 USD	127	31.8
4001-6000 USD	109	27.3
6001-8000 USD	16	4.0
8001USD หรือมากกว่า	12	3.0
รวม	400	100
ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
เสาร์ อาทิตย์	67	16.0
จันทร์-ศุกร์	144	36.0
วันหยุดช่วงเทศกาล	189	47.3
รวม	400	100
แหล่งข้อมูลที่สืบค้นข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน		
หนังสือเดินทางท่องเที่ยว	53	13.3
บริษัทท่องเที่ยว	78	19.5
สื่อโทรทัศน์ วิทยุ	21	5.3
เฟซบุ๊ก/เว็บไซต์	96	24.0
อินเทอร์เน็ต	151	37.8
คนรู้จัก/คนใกล้ชิด	1	3.0
รวม	400	100

จากตาราง 4.2 แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปร ดังนี้
จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ในจังหวัดราชบุรีธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่ ไม่เคยมา จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.5 เคยมา 1 ครั้ง จำนวน 134 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 33.5 เคยมา 2 ครั้ง จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.8 เคยมา มากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเพื่อความสนุกสนาน จำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 23 เพื่อประสบการณ์เที่ยวชมธรรมชาติ จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 เพื่อศึกษาศาสนา จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน จำนวน 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.5 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 เดินทางคนเดียว จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3

วิธีเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มาโดยสารประจำทาง จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 มาโดยรถยนต์ส่วนตัวจำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 มาโดยรถบริษัททัวร์จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 มาโดยรถไฟ จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 มาโดยรถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

ค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 2,000 USD จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 มีค่าใช้จ่าย 2,0001–4,000 USD จำนวน 127 รายคิดเป็นร้อยละ 31.8 มีค่าใช้จ่าย 40001–6000 USD จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีค่าใช้จ่าย 6001-8000 USD จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ค่าใช้จ่าย 8001 ขึ้นไป จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3

ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ช่วงเวลาวันหยุดตามเทศกาล จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 ช่วงเวลา เสาร์อาทิตย์ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8

แหล่งข้อมูลที่สืบค้นข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 สืบค้นจากเฟซบุ๊ก จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 สืบค้นจากบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 สืบค้นจาก หนังสือท่องเที่ยว จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 สืบค้นจากวิทยุและโทรทัศน์ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 สืบค้นจากเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 0.3

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก (บนเกาะพะงัน)			
1.1 ภูมิทัศน์บนเกาะมีความสวยงาม ร่มรื่น	4.60	0.70	มาก
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและที่จอดรถมีอย่างเพียงพอ	4.37	0.79	มาก
1.3 ความสะอาดของห้องน้ำ	4.31	0.86	มาก
1.4 มีถังขยะอย่างเพียงพอ	4.42	1.59	มาก
รวม	4.42	0.98	มาก
2. ปัจจัยด้านการเดินทาง			
2.1 มีวิธีการหลากหลายในการเดินทาง	4.39	0.82	มาก
2.2 มีการเตรียมข้อมูลการเดินทางสำหรับพื้นที่	4.27	0.82	มาก
2.3 มาตรฐานของการจัดการจราจร	4.28	0.81	มาก
2.4 มีทางเท้าสำหรับคนชรา	4.19	0.90	มาก
รวม	4.27	0.83	มาก
3. ปัจจัยด้านการให้บริการ			
3.1 มนุษย์สัมพันธ์และความสุภาพของผู้ให้บริการ	4.50	0.67	มาก
3.2 ความตั้งใจและความกระตือรือร้นในการช่วยแก้ปัญหา	4.39	0.71	มาก
3.3 จำนวนของผู้ให้บริการเพียงพอในการให้บริการ	4.41	0.72	มาก
3.4 การให้บริการและตอบคำถามอย่างดีมาก	4.42	0.72	มาก
รวม	4.43	0.70	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระดับความพึงพอใจ	X	S.D.	แปลผล
4. ปัจจัยด้านความดึงดูด			
4.1 สถานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	4.60	0.64	มาก
4.2 ภูมิทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม	4.58	0.63	มาก
3.3 มีกิจกรรมสร้างความสนุกหลากหลาย	4.52	0.68	มาก
3.4 มีอาหารและสินค้าของที่ระลึกเพียงพอ	4.59	0.65	มาก
รวม	4.51	0.65	มาก

จากตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก (บนเกาะพะงัน) โดยรวมอยู่ระดับมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.2 แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้ ภูมิทัศน์บนเกาะมีความสวยงาม ร่มรื่น สิ่งอำนวยความสะดวกและที่จอดรถมีอย่างเพียงพอ ความสะอาดของห้องน้ำ มีถึงขยะอย่างเพียงพอ และมีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.37 4.31 และ 4.42 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการเดินทาง โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้ มีวิธีการหลากหลายในการเดินทาง มีการเตรียมข้อมูลการเดินทางสำหรับพื้นที่ มาตรฐานของการจัดการจราจร มีทางเท้าสำหรับคนชรา อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 4.27 4.28 และ 4.19 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการบริการ โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้ มีวิธีการหลากหลายในการเดินทาง มีการเตรียมข้อมูลการเดินทางสำหรับพื้นที่ มาตรฐานของการจัดการจราจร มีทางเท้าสำหรับคนชรา อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 4.39 4.41 และ 4.42 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความดึงดูด โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.51 แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้ สถานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ ภูมิทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม มีกิจกรรมสร้างความสนุกหลากหลาย มีอาหารและสินค้าของที่ระลึกเพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.58 4.52 และ 4.59 ตามลำดับ

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4: แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจ		t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$	t	S.D.	df	Sig
สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	4.60	1.10	- .014	398	0.209
	หญิง	4.58	1.01			
การเดินทาง	ชาย	4.37	1.00	-2.49	398	0.152
	หญิง	4.40	0.99			
การให้บริการ	ชาย	4.30	1.14	-2.742	398	0.296
	หญิง	4.31	1.08			
ความดึงดูด	ชาย	4.40	1.01	-2.92	398	0.428
	หญิง	4.42	1.01			

ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาตินักท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนก โดยใช้สถิติ Independent t-test สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมติฐานรองรับ (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี

เพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.152 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.296 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.428 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	sig
สถานที่	Between Group	13.669	4	3.417	2.81	.025
	Within group	479.529	395	1.214		
	Total	493.198	399			
การเดินทาง	Between Group	28.445	4	7.112	6.04	.000*
	Within group	464.749	395	1.177	1.180	
	Total	493.198	399			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	sig
การให้บริการ	Between Group	27.163	4	6.791	5.756	.000*
	Within group	466.034	395	1.180		
	Total	493.197	395			
ความดึงดูด	Between Group	3.617	2	1.808	1.466	.232
	Within group	489.581	397	1.233		
	Total	493.198	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาตินักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนก โดยใช้สถิติ Independent t-test สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

- 1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้น คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน
- 2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมี ระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่แตกต่างกัน
- 3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับ ความ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการที่แตกต่างกัน
- 4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.2342 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับ ความ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df Squares	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	22.496	3	7.499	4.195	.006*
	Within group	707.902	396	1.788		
	Total	730.398	399			
การเดินทาง	Between Group	13.915	3	4.638	2.564	.054
	Within group	716.482	396	1.809		
	Total	730.398	399			
การให้บริการ	Between Group	5.358	3	1.786	.976	.404
	Within group	725.039	396	1.831		
	Total	730.398	399			
ความดึงดูด	Between Group	7.791	3	2.597	1.423	.236
	Within group	722.607	396	1.825		
	Total	730.399	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนก โดยใช้สถิติ Independent t-test สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.006 ซึ่งมากกว่า 0.005 นั้น คืยอมรับสมมุติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมุติฐานรองรับ (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.054 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น คืยอมรับสมมุติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.404 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคืยอมรับสมมุติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมุติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.236 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคืยอมรับสมมุติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธความสมมุติฐานรอง (H1) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
สถานที่	นักเรียน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.29000	.02746	.003*
	นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.76500	.05751	.051
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.75500	.06837	.038
	ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา	-.29022	.02756	.042
	รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.47500	.04231	.051
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.46500	.04346	.071
	ค้าขาย/ธุรกิจ นักเรียน นักศึกษา	-.76534	.05751	.023
	ส่วนตัว ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.47500	.04231	.080
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.01000	.04956	.840
	พนักงาน นักเรียน นักศึกษา	-.75500	.06837	.074

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
สถานที่	บริษัทเอกชนข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.46500	.04346	.092
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.01000	.04956	.840
	เกษียณ นักเรียน/นักศึกษา	-.02000	.04247	.638
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.31000	.05127	.038
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.78500	.07235	.094
การเดินทาง	นักเรียน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.29000	.02746	.036*
	นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.76500	.05751	.094
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.75500	.06837	.051
	ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา	-.29000	.02746	.072
	รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.47500	.04236	.013
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.46500	.04346	.053
	ค้าขาย/ธุรกิจนักเรียน นักศึกษา	.76500	.05751	.066
	ส่วนตัว ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	.47500	.04232	.082
	พนักงานบริษัทเอกชน	.01000	.04956	.840
	พนักงาน นักเรียน นักศึกษา	.75500	.06837	.071
	บริษัทเอกชนข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	.46500	.04346	.054
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.01000	.04956	.840
	เกษียณ นักเรียน/นักศึกษา	-.02240	.04344	.648
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.31034	.05234	.083
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.78551	.07223	.093
การให้บริการ	นักเรียน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.29002	.02746	.024*
	นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.76500	.05751	.045
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.75543	.06837	.026
	ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา	.29050	.02745	.073

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
การให้บริการ	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.46721	.04743	.092
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.46472	.04346	.035
	ค้าขาย/ธุรกิจ นักเรียน นักศึกษา	-.76541	.05742	.047
	ส่วนตัว ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.47518	.04234	.065
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.01259	.04921	.840
	พนักงาน นักเรียน นักศึกษา	-.75510	.06871	.075
	บริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.47387	.06837	.038
	เกษียณ นักเรียน/นักศึกษา	-.02450	.04362	.645
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.32131	.05331	.072
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.77301	.07221	.094
ความดึงดูด	นักเรียน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.76230	.05632	.004*
	นักศึกษา ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.29410	.07431	.063
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.74621	.86211	.082
	ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา	.29053	.02747	.062
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.47510	.04321	.084
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.47570	.04341	.036
	ค้าขาย/ธุรกิจ นักเรียน นักศึกษา	-.76521	.05743	.087
	ส่วนตัว ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.47329	.04841	.048
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.01235	.04780	.063
	พนักงาน นักเรียน นักศึกษา	-.75500	.06837	.057
	บริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	-.46543	.04526	.073
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	-.01456	.04721	.088

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน พบว่านักเรียน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มีค่า Sig เท่ากับ 0.003 0.036 0.024 และ 0.004 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด สุราษฎร์ธานี แตกต่างกับผู้ที่ เป็น ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

H0: กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามระดับการศึกษา

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	sig
สถานที่	Between Group	24.496	3	7.592	4.199	.008
	Within Group	728.902	396	1.788		
	Total	740.398	399			
การเดินทาง	Between Group	13.967	3	4.789	2.678	.067
	Within Group	745.478	396	1.809		
	Total	735.398	399			
การให้บริการ	Between Group	5.463	3	1.786	0.985	.503
	Within Group	736.039	396	1.651		
	Total	736.383	399			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามระดับการศึกษา

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	sig
ความพึงพอใจ	Between Group	8.850	3	2.950	1.675	.746
	Within Group	733.657	396	1.853		
	Total	742.386	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการจำแนกตามระดับการศึกษา สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.006 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน
- 2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางไม่แตกต่างกัน
- 3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.503 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการที่แตกต่างกัน
- 4) ความพึงพอใจ มีค่า Sig เท่ากับ 0.746 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df Squares	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	27.854	5	5.5	5.181	.000
	Within Group	423.656	394	1.075		
	Total	451.510	399			
การเดินทาง	Between Group	8.468	5	1.694	1.685	.137
	Within Group	395.892	394	1.005		
	Total	404.360	399			
การให้บริการ	Between Group	4.779	5	.956	0.759	.580
	Within Group	496.411	394	1.260		
	Total	501.190	399			
ความดึงดูด	Between Group	3.481	5	.696	0.660	.654
	Within Group	415.797	394	1.055		
	Total	419.278	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรองรับ (H₁) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้าน สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.580 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H₁) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการที่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.654 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H₁) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
สถานที่	1,500 USD 1,501-30,00 USD	-.23500	.02897	.004
	หรือต่ำกว่า 30,001-60,000 USD	-.15830	.05781	.030
	60,001- 90,000 USD	-.45006	.08200	.091
	90,001-120,000 USD	-.90624	.09235	.076
	120,000 USD -ขึ้นไป	-.75012	.08044	.094
	1,501-30,00 USD 1,500 USD หรือ ต่ำกว่า	-.20340	.06506	.023

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่าง

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
สถานที่	30,001-60,000 USD	-.76500	.05751	.051
	60,001- 90,000 USD	-.68377	.03720	.043
	90,001-120,000 USD	-.60230	.05300	.051
	120,000 USD -ขึ้นไป	-.45200	.04622	.062
	30,001-60,000 USD 1,500 USD หรือ ต่ำกว่า	-.10067	.07911	.000
	1,501-30,000 USD	-.78500	.05912	.006
	60,001- 90,000 USD	-.10205	.05642	.077
	90,001-120,000 USD	-.33202	.07725	.039
	120,000 USD-ขึ้นไป	-.51201	.05010	.031
	60,001- 90,000 USD 1,500 USD หรือ ต่ำกว่า	-.90300	.07494	.002
	30,001-60,000 USD	-.65600	.06308	.011
	1,501-30,000 USD	-.19300	.05643	.063
	90,001-120,000 USD	-.23400	.06265	.025
	120,000 USD ขึ้นไป	-.34061	.04200	.042
	120,000 USD ขึ้นไป 1,500 USD หรือ ต่ำกว่า	-.56033	.08043	.030
	1,501-30,000 USD	-.40520	.05320	.049
	30,001-60,000 USD	-.36500	.04710	.037
	60,001- 90,000 USD	-.23803	.07801	.063
	90,001-120,000 USD	-.22061	.05280	.021

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่าง

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
การเดินทาง	1,500 USD-1,501-30,00 USD-23500	.02897	.02897	.003*
	หรือต่ำกว่า 30,001-60,000 USD	-1.00000	.06791	.074
	60,001- 90,000 USD	-.90000	.07994	.036
	90,001-120,000 USD	-.67000	.08043	.052
	120,000 USD-ขึ้นไป	-.54829	.06025	.107
	1,501-30,00 USD 1,500 USD หรือต่ำกว่า	-.243591	.02660	.049
	30,001-60,000 USD	-.73831	.05912	.071
	60,001- 90,000 USD	-.66500	.06308	.045
	90,001-120,000 USD	-.43500	.05463	.032
	120,000 USD-ขึ้นไป	-.31050	.04760	.044
	30,001-60,000 USD 1,500 USD หรือต่ำกว่า	-.90730	.07994	.057
	1,501-3,000 USD	-.84033	.02922	.056
	60,001- 90,000 USD	-.16037	.05642	.064
	90,001-120,000 USD	-.23004	.06366	.311
	120,000 USD -ขึ้นไป	-.34270	.05186	.043
	60,001- 90,000 USD 1,500 USD หรือต่ำกว่า	.67000	.08043	.077
	30,001-60,000 USD	-.43500	.05463	.080
	1,501-3,000 USD	-.33028	.07725	.053
	90,001-120,000 USD	-.10430	.05890	.076

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
การเดินทาง	120,000 USD-ขึ้นไป	-.19400	.04210	.053
	120,000 USD-ขึ้นไป 1,500 USD หรือต่ำกว่า	-.21083	.03401	.041*
	1,501-3,000 USD	-.29000	.02746	.003
	30,001-60,000 USD	-.76500	.05751	.051
	60,001- 90,000 USD	.06837	.03802	.034
	90,001-120,000 USD	.05310	.60230	.042

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า รายได้ต่อเดือน 120,000 USD ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจสองด้าน คือ ด้านสถานที่ และด้านการเดินทาง มีค่า Sig 0.030 และ 0.041 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า รายได้ต่อเดือน 120,000 USD ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากกว่า รายได้ต่อเดือน 1,500 USD หรือต่ำกว่า อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่อื่น ๆ ไม่พบว่า ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	2.921	3	.974	1.062	.365
	Within Group	363.079	396	1.917		
	Total	366.000	399			
การเดินทาง	Between Group	26.286	3	8.762	10.214	.994
	Within Group	365.921	396	.924		
	Total	366.000	399			
การให้บริการ	Between Group	2.136	3	.712	.775	.509
	Within Group	363.864	396	.919		
	Total	366.000	399			
ความดึงดูด	Between Group	26.286	3	8.762	10.214	.000
	Within Group	339.714	396	.858		
	Total	366.000	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.365 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรองรับ (H1) หมายความว่า กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.994 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่ไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.509 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธความสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับความสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน

H0: กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
สุราษฎร์ธานีจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัด
สุราษฎร์ธานี

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df Squares	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	18.888	3	6.296	4.140	.007
	Within Group	602.289	396	1.521		
	Total	621.178	399			
การเดินทาง	Between Group	5.693	3	1.898	1.221	.302
	Within Group	615.485	396	1.554		
	Total	621.177	399			
การให้บริการ	Between Group	13.863	3	4.621	3.013	.030
	Within Group	607.315	396	1.534		
	Total	601.101	399			
ความดึงดูด	Between Group	4.772	3	1.591	1.022	.383
	Within Group	616.406	396	1.557		
	Total	621.178	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความ
พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เกาะพะงัน สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรองรับ (H₁) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มี
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.302 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการ

เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่ไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.030 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.383 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความดึงดูดที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
สถานที่	เพื่อพักผ่อน เพื่อศึกษารวมชาติกับ ครอบครัว	-.12841	.02364	.028*
	เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยว	-.15360	.05836	.156
	เพื่อความสนุกสนาน	-.09952	.06830	.478
	เพื่อศึกษารวมชาติ เพื่อพักผ่อนกับ ครอบครัว	-.15890	.02483	.034*
	เพื่อประสบการณ์ การท่องเที่ยว	-.17518	.06521	.159
	เพื่อความสนุก สนาน	-.079430	.06741	.438
	เพื่อประสบการณ์ เพื่อพักผ่อน การ ท่องเที่ยว กับครอบครัว	-.15709	.03463	.125
	เพื่อความสนุกสนาน	-.17639	.06521	.180
	เพื่อศึกษารวมชาติ	-.06829	.06549	.452

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน

ระดับความ พึงพอใจ	(I) อาชีพ (J) อาชีพ Difference (I-J)	Mean	Std. Error	sig
	เพื่อความสนุกสนาน เพื่อพักผ่อน กับ ครอบครัว	-.04721	.05378	.318
	เพื่อประสบการณ์ การท่องเที่ยว	-.05340	.07540	.934
	เพื่อความสนุกสนาน	-.18632	.07934	.167

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลที่ได้การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพื่อศึกษาธรรมชาติ กับเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว มีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ มีค่า Sig เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อศึกษาธรรมชาติมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี น้อยกว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่อื่น ๆ ไม่พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางกับบุคคลอื่นแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางกับบุคคลอื่นมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางกับบุคคลอื่นมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.14: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด
สุราษฎร์ธานี จำแนกตามการเดินทางมา กับบุคคลอื่น

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df Squares	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	2.890	3	.678	1.053	.341
	Within Group	365.087	396	.907		
	Total	356.000	399			
การเดินทาง	Between Group	.087	3	.027	.025	.956
	Within Group	367.942	396	.934		
	Total	368.000	399			
การให้บริการ	Between Group	2.129	3	.728	.029	.988
	Within Group	346.804	396	.957		
	Total	362.000	399			
ความดึงดูด	Between Group	28.324	3	9.050	10.980	.070
	Within Group	348.632	396	.836		
	Total	385.000	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามการเดินทางมา กับบุคคลอื่น สามารถวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.341 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรองรับ (H₁) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางมา กับบุคคลอื่นแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.956 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางมา กับบุคคลอื่นแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่ไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.988 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางมากับบุคคลอื่นแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางมากับบุคคลอื่นแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดที่ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามจำนวนสมาชิก

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	sig
สถานที่	Between Group	32.119	3	10.706	14.013	.062
	Within Group	302.559	396	.764		
	Total	334.678	399			
การเดินทาง	Between Group	9.220	3	3.073	3.739	.087
	Within Group	325.458	396	.822		
	Total	334.677	399			
การให้บริการ	Between Group	8.480	3	2.827	3.432	.053
	Within Group	326.197	396	.824		
	Total	334.678	399			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามจำนวนสมาชิก

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df Squares	Mean	F	sig
ความพึงพอใจ	Between Group	4.396	3	1.465	1.755	.155
	Within Group	330.604	396	.835		
	Total	335.000	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่าง ของระดับความ
พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว สามารถ
วิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.062 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรองรับ (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มี
จำนวนสมาชิกแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้าน
สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.87 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่าง
กัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่ไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.053 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่าง
กัน จะมีระดับความพึงพอใจในการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกแตกต่าง
กัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดที่ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจ
ในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

Ho: กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่แตกต่างกัน

H1: กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามพาหนะในการเดินทาง

	ระดับความพึงพอใจ	Sum of Squares	df	Mean	F	sig
สถานที่	Between Group	6.885	3	2.295	1.367	.253
	Within Group	664.993	396	1.679		
	Total	671.878	399			
การเดินทาง	Between Group	13.118	3	4.373	2.628	.053
	Within Group	685.760	396	1.664		
	Total	674.877	399			
การให้บริการ	Between Group	16.270	3	5.423	3.278	0.61
	Within Group	655.608	396	1.656		
	Total	671.878	399			
ความดึงดูด	Between Group	77.059	3	25.686	17.101	.090
	Within Group	594.819	396	1.502		
	Total	671.878	399			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามพาหนะในการเดินทาง สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig เท่ากับ 0.253 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) และปฏิเสธสมมติฐานรองรับ (H1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะในการเดินทางแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

2) การเดินทาง มีค่า Sig เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะในการเดินทางแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเดินทางที่ไม่แตกต่างกัน

3) การให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะในการเดินทางแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

4) ความดึงดูด มีค่า Sig เท่ากับ 0.090 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีพาหนะในการเดินทางแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความดึงดูดที่ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาระดับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุ ต่ำกว่า 20 ปี-51 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ราย โดยใช้สูตรในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1976)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยรายงานสรุปผลการวิจัย ตามรายละเอียดได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-60,000 USD จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 170 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 42.5 เพื่อความสนุกสนาน จำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.5 เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 2,000 USD จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 ช่วงเวลาเดินทางวันหยุดตามเทศกาล จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 แหล่งสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (บพเกาะพะงัน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 แยกย่อยข้อได้ ดังนี้ ภูมิทัศน์บนเกาะมีความสวยงาม ร่มรื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 สิ่งอำนวยความสะดวกและที่จอดรถมีอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีถังขยะอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการเดินทาง โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 แยกเป็นรายข้อ ได้ ดังนี้ มีวิธีการหลากหลายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มีการเตรียมข้อมูลการเดินทางสำหรับพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มาตรฐานของการจัดการจราจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีทางเท้าสำหรับคนชรา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการบริการ โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 แยกเป็นรายข้อได้ ดังนี้ มีวิธีการหลากหลายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 มีการเตรียมข้อมูลการเดินทางสำหรับพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มาตรฐานของการจัดการจราจร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีทางเท้าสำหรับคนชรา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความดึงดูด โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 แยกเป็นรายข้อได้ ดังนี้ สถานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ภูมิทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 มีกิจกรรมสร้างความสนุกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีอาหารและสินค้าของที่ระลึกเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยแสดงการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน โดยนักเรียน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกับกลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน และรายได้ต่อเดือน นักเรียน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกับกลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือน 120,000 USD ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มากกว่า รายได้ต่อเดือน 1,500 USD หรือต่ำกว่า

สมมุติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน การเดินทางมากับบุคคลอื่น จำนวนสมาชิก และมีพาหนะในการเดินทางแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อศึกษารวมชาติมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี น้อยกว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว

5.2 อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำผลการวิจัย เกี่ยวกับ “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มาอภิปรายผลตามตัวแปร ได้ดังนี้

5.2.1 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ต่างกัน จากการที่นักเรียน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกับกลุ่มผู้มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เนื่องมาจากนักเรียน นักศึกษา อยู่ในช่วงวัยเรียนยังไม่มีรายได้จากการประกอบอาชีพ มาเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จึงส่งผลให้มีความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และรายได้สูง จะสามารถเรียกร้องการได้รับบริการที่ดีที่สุด ให้คุ้มค่ากับเงินที่ตนเองต้องจ่ายไป ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ต่างกัน

5.2.2 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 120,000 USD ขึ้นไป มีระดับความ

พึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มากกว่า รายได้ต่อเดือนที่ 1,500 USD หรือต่ำกว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฉันทิช วรรณณอม (2552) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จึงสามารถจะเรียกร้องการให้บริการที่ดีที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจได้มากกว่า

5.2.3 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อศึกษาระรมชาติมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีน้อยกว่า ผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว สอดคล้องกับทฤษฎีของทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคมประสบความสำเร็จ สามารถนำพาครอบครัวประสบความสำเร็จและมีความสุข

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” พบประเด็นที่จะนำมาเป็นข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.3.1 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดโซนพื้นที่บเกาะให้มีความเป็นระเบียบ และสถานบริการที่ผิดกฎหมาย และป้ายบอกทางให้ชัดเจนและมากขึ้น

5.3.2 ด้านการเดินทางโดยภาพรวมดีมาก

5.3.3 ด้านการให้บริการ ควรมีการตรวจสอบสถานบริการที่เปิดโดยผิดกฎหมาย อาจมีการเพิ่มตำรวจท่องเที่ยวหน่วยเคลื่อนที่เร็ว

5.3.4 ด้านความดึงดูด ควรสร้างกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ควรวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวบนเกาะพะงันเพิ่มเติมเพื่อได้ข้อมูลหลากหลายมิติมาปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

บรรณานุกรม

- กฤติน ชุมแก้ว. (2555). *ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=465.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *เกาะพะงัน สุราษฎร์ธานี*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เกาะพะงัน>.
- เกียรติภูมิ กลีบกลาง. (2559). ทักษะที่ต้องประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 2(2), 495-508.
- แก้วตา สุทธิศรี. (ม.ป.ป.). *ลักษณะของอุตสาหกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/kaewtasuththisri/hnwy-thi2>.
- จตุพร ศรีพันธุ์บุตร, วันเสาร์ เสือแก้ว และณัฐนันท์ แปดทิศ. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขต ดุสิต กรุงเทพมหานคร*. รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2554. *การวางแผนและพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิชา วรรณอนม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชรีณี เดชจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงสามขา เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ. (2559). ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารกระแสนวัตกรรม*, 15(27), 28-38.
- ธนกฤต สุทธินันท์โชติ. (2559). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

- นิตา ชัยกุล. (2555). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ศิลปเสฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. (2551). สืบค้นจาก http://saw01.blogspot.com/2008/07/blog-post_1615.html.
- บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์. (2540). *คู่มือการวิจัยการเขียนรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: เพิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประเทือง ภูมิภักตราคม. (2535). *การปรับพฤติกรรม: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครูเพชรบุรี.
- พรชัย พุทธรักษ์. (2552). *ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของผู้ประกอบอาหารในโรงแรม จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). *แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วริสา ตรวง. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์. (2551). *แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต*. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, (1), 1-12.
- วิทยาลัยการจัดการเพชรเกษม. (ม.ป.ป.). *นักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/fhdfh656/kar-phathna-thangkar-tlad-2>.
- วิธาน จินากักดี. (2555). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิมล จิโรจน์พันธุ์, ประชิด สกุนะพัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2561). *บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ*. สืบค้นจาก
<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36759.aspx>.
- สายจิตร สิงหนะ. (2546). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุดาพร ทองสวัสดิ์. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 8(3), 112-121.
- สถานีพัฒนาที่ดินสุราษฎร์ธานี. (2559). *ข้อมูลจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สืบค้นจาก
<http://r11.ddd.go.th/station/sni/index.php/2016-03-14-02-49-20/8-2016-03-14-02-28-48>.
- สุทธิชัย ปทุมล่องทอง. (2549). *ที่ประเทศไทย ท่องเที่ยวภาคใต้*. กรุงเทพฯ: เพลิดเพลินการพิมพ์.
- สุวิทย์ ใสทอง. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2560). *จำนวนประชากร*. สืบค้นจาก
<http://surat.nso.go.th/images/attachments/article/457/EP.01.pdf>.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Freud, S. (1964). *Group psychology and the analysis of the ego* Sigmund Freud. New York: Bantam Books.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Principles of marketing*. Harlow: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Yamane, T. (1976). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.



แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

โดย นางสาวปณณวีร์ เตี้ยวานิช
สาขา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) 20 ปี หรือต่ำกว่า ☐ 2) 21–30 ปี
☐ 3) 31–40 ปี ☐ 4) 41–50 ปี
☐ 5) 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส
☐ 4) อาชีพ ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา
☐ 2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
☐ 4) พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ

5. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี
☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1) 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ☐ 2) 10,001–20,000 บาท
☐ 3) 20,001–30,000 บาท ☐ 4) 30,001–40,000 บาท
☐ 5) 40,001–50,000 บาทขึ้นไป ☐ 6) มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาเที่ยวเกาะพะงัน
เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวเกาะพะงันก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)

- ☐ 1) ไม่เคยมา ☐ 2) เคยมา 1 ครั้ง
☐ 3) เคยมา 2 ครั้ง ☐ 4) เคยมา มากกว่า 2 ครั้ง
☐ 5) อื่น ๆ

2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาในครั้งนี้

- ☐ 1) ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ☐ 2) พาครอบครัวไปพักผ่อน
☐ 3) เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ☐ 4) เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน
☐ 5) อื่น ๆ

3. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วย

- ☐ 1) เดินทางคนเดียว ☐ 2) ครอบครัว
☐ 3) เพื่อน ☐ 4) อื่นๆ

4. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน

- ☐ 1) รถยนต์ส่วนบุคคล ☐ 2) รถโดยสารประจำทาง
☐ 3) เรือนำเที่ยว ☐ 4) รถบริษัทท่องเที่ยว
☐ 5) รถมอเตอร์ไซด์

5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านแต่ละครั้งประมาณเท่าไร

- ☐ 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท ☐ 2) 1,001–3,000 บาท
☐ 3) 3,001–5,000 บาท ☐ 4) 5,001–7,000 บาท
☐ 5) 7,001 บาทขึ้นไป

6. ช่วงวัน ที่ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะพะงัน

- ☐ 1) เสาร์-อาทิตย์ ☐ 2) วันธรรมดา
☐ 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์

7. ช่วงเดือนที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะพะงัน

- ☐ 1) เดือนมีนาคม–เดือนพฤษภาคม ☐ 2) เดือนมิถุนายน–เดือนสิงหาคม
☐ 3) เดือนกันยายน–เดือนพฤศจิกายน ☐ 4) เดือนธันวาคม–เดือนมกราคม

8. แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ

- ☐ 1) หนังสือท่องเที่ยว ☐ 2) บริษัทนำเที่ยว
☐ 3) สื่อโทรทัศน์/วิทยุ ☐ 4) เว็บไซต์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน
 เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
1. ด้านความปลอดภัย					
1.1 มีการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
1.2 ด้านการเดินทางมายังเกาะพะงันมีความสะดวกและปลอดภัย					
1.3 มีความพร้อมในสภาวะการณ์ฉุกเฉินอยู่ตลอด					
1.4 มีป้ายคำเตือน/ป้ายคำแนะนำอย่างชัดเจน					

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
2. ด้านการคมนาคม					
2.1 ด้านการเดินทาง (มีป้าย สัญลักษณ์บอกเส้นทางที่ชัดเจน)					
2.2 สถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย					
2.3 มีบริการรถประจำทางสาธารณะ ทั้งระยะใกล้ และระยะไกล					
2.4 การเดินทางที่สะดวกสบาย					
3. ด้านการบริการ					
3.1 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / บุคลากรที่ให้บริการ					
3.2 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
3.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ สะดวก รวดเร็ว					
3.4 เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ หรือ ตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี					
4. ด้านบทบาทของภาครัฐ					
4.1 มีตำรวจท่องเที่ยวคอยให้ คำแนะนำ / ความช่วยเหลือ					
4.2 มีเอกสารแผ่นพับที่เป็นข้อมูล ทางการท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน					
4.3 มีผู้รับฟังความคิดเห็น หรือแบบ ประเมินการให้บริการ					
4.4 ภาครัฐเข้ามามีส่วนให้การสนับสนุน ด้านงบประมาณ					

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉยๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
5. สภาพแวดล้อม					
5.1 มีการจัดภูมิสถาปัตยกรรมที่ เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ					
5.2 ห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด สวยงามและเพียงพอ					
5.3 มีถังขยะที่ไว้คอยแบ่งประเภทของ ขยะอย่างชัดเจน					
5.4 มีความสวยงามของสถานที่เหมาะ แก่การท่องเที่ยว					

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม
นางสาวปุณยวีร์ เตียววานิช

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

บุญยวีร์ เตียววานิช

อีเมล

poonyawee.deawv@bumail.net

ประวัติการศึกษา2556-2559 ป.ตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะมนุษยศาสตร์ สาขาธุรกิจการบิน