



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

FACTORS AFFECTING THE TOURISTS' DECISION TOWARDS KOOD ISLAND'S  
TOURISM IN TRAT PROVINCE

ภาคนิพนธ์

ของ

หนึ่งฤทัย ศิลาอาสน์

ลิขสิทธิ์ของอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

พฤษภาคม 2556

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

FACTORS AFFECTING THE TOURISTS' DECISION TOWARDS KOOD ISLAND'S

TOURISM IN TRAT PROVINCE

ภาคนิพนธ์

ของ

หนึ่งฤทัย ศิลาอาสน์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เมษายน 2556



## ใบรับรองภาคนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด  
Factors Affecting the Tourists' Decision towards Kood Island's Tourism in Trat Province

หนึ่งฤทัย ศิลาอาสน์

คณะกรรมการสอบภาคนิพนธ์

..... ประธานสอบภาคนิพนธ์  
(ดร.โกศล อินทวงศ์)

..... ประธานที่ปรึกษาภาคนิพนธ์  
(ดร.โกศล อินทวงศ์)

..... กรรมการที่ปรึกษาภาคนิพนธ์  
(ดร.วันชัย ปานจันทร์)

..... กรรมการสอบภาคนิพนธ์  
(ดร.ชมสุภักดิ์ ครุฑทกะ)

ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้นำเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ถาวร นิมเลี้ยง)

วันที่... 11 ... เดือน... พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖

หนึ่งฤทัย ศิลาอาศน์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะกูด จังหวัดตราด. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). จันทบุรี : มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏรำไพพรรณี.

#### คณะกรรมการที่ปรึกษา

ดร.โกศล อินทวงศ์ ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) ประธานกรรมการ  
ดร.วันชัย ปานจันทร์ ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มี  
ต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว  
ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ  
ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง  
แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม  
มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีทั้งหมด 2 ตอน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ  
(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test)  
และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และรายด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก  
ด้านความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้าน  
การบริการอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ  
การท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด จำแนกตามเพศ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับ .05 จำแนกตามสถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ในภาพรวม แตกต่างกัน  
อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Neungreuthai Silaart. (2013). **Factors Affecting the Tourists' Decision towards Kood Island's Tourism in Trat Province.** Independent Study. M.B.A. (Business Administration). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University.

**Advisory Committee**

Dr.Kosol Intarwongse Ph.D. (Human Resource Development) Chairman

Dr.Wanchai Panchan Ph.D. (Human Resource Development) Member

**Abstract**

The objectives of this research were 1) to study the factors influencing the tourists' decision in Kood Island's tourism in Trat 2) to compare the personal factors of genders, ages, status, educational levels and incomes affecting the tourists' decision in Kood Island's tourism. The research populations with the accidental sampling method were the 400 Thai tourists who visited Kood Island in 2011. The research instruments were a questionnaire with the rating scale at 5 and the reliability level of .89. The descriptive statistics were percentage, mean, standard deviation, t-test and one way analysis of variance.

The findings were as follows 1) generally, the results showing the moderate level of the factors affecting the tourists' decision in Kood Island's tourism were tourist attractions, facilities, transportation and public information. The highest affecting factors were the service quality 2) the tourists with different genders had different decision making in visiting Kood Island, showing the statistical significance of .05 level. The tourists with different status, ages, educational levels and incomes showed their different opinions with no statistical significance.

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ ดร. โกศล อินทวงศ์ ประธานที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ อาจารย์ ดร. วันชัย ปานจันทร์ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ และที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบภาคนิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ข้อพิจารณา ในการแก้ไข จนทำให้ภาคนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. สุนันท์ อินทวงศ์ ที่ให้ความกรุณาช่วยตรวจบทคัดย่อ อาจารย์ณรงค์ อนุพันธ์ อาจารย์ ดร. ชุตติกาญจน์ ศรีวิบูลย์ และนายมนตรี มะลิข้อย ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจ ให้คำปรึกษาและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยให้สมบูรณ์ขึ้น ขอขอบพระคุณ คณาจารย์สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ทุกท่าน ที่กรุณาให้การอบรม สั่งสอน มอบความรู้และประสบการณ์ที่สั่งมาตลอดหลักสูตร

ขอขอบพระคุณทุกคนที่เป็นกัลยาณมิตรของผู้วิจัย ที่เป็นกำลังใจให้ตลอดเวลา คุณค่า และประโยชน์ของภาคนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่มารดา ครอบครัว ญาติมิตร บรรพบุรุษ และบูรพาจารย์ ทุกๆ ท่านที่ได้อบรม สั่งสอน ให้ความรู้ ให้การศึกษาด้วยดีตลอดมา ขอให้อันนิสงค์ จงดลบันดาลให้ท่านผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้กล่าวนามมาแล้ว มีความสุข ความเจริญ ประสบความสำเร็จ ในการดำเนินชีวิต และก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ตลอดไป

หนึ่งฤทัย ศิลอาสน์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
<b>2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	7
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
ความหมายของการท่องเที่ยว.....	8
ลักษณะของการท่องเที่ยว.....	8
โครงสร้างการท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดการท่องเที่ยว.....	10
ความสำคัญของการท่องเที่ยว.....	10
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	11
ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	11
สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ.....	12
สิ่งกระตุ้นแรงจูงใจ.....	14
ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน.....	16
ปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว.....	19
ปัจจัยพื้นฐานในการท่องเที่ยว.....	21
พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว.....	23
ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	23
องค์ประกอบของพฤติกรรม.....	24
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	25

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>2 (ต่อ)</b>	
ความพึงพอใจ.....	28
ความหมายของความพึงพอใจ.....	28
ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ.....	28
การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า.....	29
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะกูด จังหวัดตราด.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
งานวิจัยต่างประเทศ.....	32
งานวิจัยในประเทศ.....	33
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>39</b>
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
<b>4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>43</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
<b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>61</b>
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	61
วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผล.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	68



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก .....	78
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	81
ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม.....	86
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	87

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	6
<b>2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	7
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
ความหมายของการท่องเที่ยว.....	8
ลักษณะของการท่องเที่ยว.....	8
โครงสร้างการท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดการท่องเที่ยว.....	10
ความสำคัญของการท่องเที่ยว.....	10
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	11
ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	11
สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ.....	12
สิ่งกระตุ้นแรงจูงใจ.....	14
ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน.....	16
ปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว.....	19
ปัจจัยพื้นฐานในการท่องเที่ยว.....	21
พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว.....	23
ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	23
องค์ประกอบของพฤติกรรม.....	24
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	25

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>2 (ต่อ)</b>	
ความพึงพอใจ.....	28
ความหมายของความพึงพอใจ.....	28
ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ.....	28
การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า.....	29
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะกูด จังหวัดตราด.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
งานวิจัยต่างประเทศ.....	32
งานวิจัยในประเทศ.....	33
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>39</b>
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
<b>4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>43</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
<b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>61</b>
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	61
วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผล.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	68

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก .....	78
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	81
ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม.....	86
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	87

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน.....	47
2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด โดยรวมทุกด้าน .....	49
3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	50
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	51
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่ง .....	52
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการบริการ.....	53
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์.....	54
8 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	55
9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามสถานภาพ.....	56
10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	57
11 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่.....	58
12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
13 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	60
14 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	62
16 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่.....	63
17 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด.....	93
18 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามเรื่องปัจจัยส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด.....	95

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมา

โลกในยุคปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้นำเงินตราเข้ามาใช้จ่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี ซึ่งนับว่าเป็นการลงทุนต่อเนื่องเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการขยายโอกาสในด้านอาชีพ การบริหารและธุรกิจบริการแก่คนไทยจำนวนมาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ธุรกิจเหล่านี้จะขายการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะกระจายออกไปสู่หลายอาชีพและหลายท้องถิ่น โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้มาจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจมีการลงทุนหรือขยายกิจการอันเป็นผลให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้น ตลาดนักท่องเที่ยวถือเป็นตลาดสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปัจจุบันนี้เกิดการแข่งขันที่สูงมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หากแต่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่ได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ แต่ละจังหวัดจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญของจังหวัดนั้นๆ หน่วยงานที่มาจากภาครัฐจึงได้เข้ามาให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยมีนโยบายและโครงการต่างๆ มากมายสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศและแข่งขันกับนานาประเทศได้ ทำให้เกิดการตอบสนองของภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งเกิดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของทุกจังหวัดขึ้นและยิ่งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทมากเท่านั้น เพราะมนุษย์เราต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และต้องการศึกษาค้นคว้าความรู้ ประสบการณ์และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงาน รวมทั้งมีความจำเป็นด้านอื่นๆ เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูงญาติมิตร หรือการเดินทางเพื่อร่วมประชุมสัมมนา

ดังนั้น การพัฒนาทางการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพื่อการเกิดรายได้อย่างต่อเนื่องและในระยะยาว อย่างไรก็ตามการพัฒนาต้องมีการศึกษาถึงตลาดหรือธรรมชาติของนักท่องเที่ยวและศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สิ่งต่างๆ ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทาง หรือสิ่งต่างๆ ที่ทำให้

ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลงได้ การเข้าใจนักท่องเที่ยวหรือภาพลักษณ์ของสถานที่ต่างๆ ในสายตานักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาให้เข้าใจชัดเจน เพื่อเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะของแต่ละพื้นที่ (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว. 2552 : ออนไลน์)

ปัจจุบันความต้องการด้านการท่องเที่ยวของมนุษย์มีเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหลายประการ เช่นการคมนาคมขนส่งที่สะดวกขึ้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ที่ดึงดูดใจ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเรื่องความงดงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เกาะแก่ง เป็นต้น
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัตถุ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ หรือเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเองอีกประเภทหนึ่ง เป็นรูปแบบของการดำรงชีวิตผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดกันมานาน เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา งานแสดงสินค้า ประเพณี เป็นต้น

จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภท โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ และทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเยี่ยมชมมากกว่าทรัพยากรประเภทอื่นๆ เพราะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและเป็นสิ่งที่มีคุณค่าตามธรรมชาติ จึงไม่ควมใช้ความชำนาญและความสนใจเป็นพิเศษในการชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ (นิศา ชัชกุล. 2548 : 1)

“เกาะกูด” เป็นเกาะที่อยู่สุดท้ายทางทิศตะวันออกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลตราด และมีความใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากเกาะช้างในจังหวัดตราด หรือเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของประเทศ มีเนื้อที่ประมาณ 105 ตารางกิโลเมตร ระยะทางห่างจากตัวเมืองตราด 80 กิโลเมตร ลักษณะโดยทั่วไปของเกาะเป็นภูเขาและที่ราบสันเขาซึ่งเป็นต้นกำเนิด ลำธาร สายน้ำ มีน้ำตกที่มีชื่อเสียง อย่างน้ำตกคลองเจ้า ถือว่าเป็นน้ำตกประวัติศาสตร์ คือพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เคยเสด็จประพาส เมื่อ พ.ศ. 2454 โดยทรงพระราชทานนามว่า “น้ำตกอนันตึก” เพื่อเป็นที่ระลึกถึงองค์เชิขงสี่อ กษัตริย์นูนที่เคยเข้ามาลี้ภัยจากการจลาจลในสมัยรัชกาลที่ 1 และด้วยความที่อยู่ห่างไกลจากฝั่งและเป็นเกาะขนาดใหญ่ ทำให้ความเป็นธรรมชาติเปี่ยมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์อยู่อย่างมาก เหมาะแก่ผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนและผู้ที่ต้องการแสวงหาธรรมชาติอย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีป่าชายเลนที่สมบูรณ์และแนวปะการังนานาชนิด และน้ำทะเลใส สีมรกต จนได้รับการขนานนามว่า “อันดามันแห่งทะเลตะวันออก”



ด้วยเหตุนี้ ในปี พ.ศ. 2545 กิ่งอำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ถูกผนวก รวมให้เป็น "พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง" ภายใต้แนวคิด สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวระดับ "เว็ลด์คลาส" ซึ่งทำให้เกาะกูดเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว มากขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะกูดให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น แต่ไม่มีการพัฒนาเกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างจริงจัง กล่าวคือ ไม่มีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ ของพื้นที่ โดยไม่พิจารณาขีดความสามารถทางด้านสังคม เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเกาะกูด มากขึ้น ทำให้เกาะกูดประสบปัญหาทั้งทางด้านสภาพแวดล้อม เช่น มีนักลงทุนเข้ามาลงทุนกันมากขึ้น การก่อสร้างรีสอร์ทมีมากขึ้น สาธารณูปโภคอาจไม่เพียงพอที่จะรองรับความเติบโตด้านการท่องเที่ยว การนำสินค้าจากท้องถิ่นอื่นๆ เข้ามาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวทำให้สินค้าพื้นบ้านค่อยๆ หายไป อิทธิพลจากวัฒนธรรมใหม่กำลังเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้มีความขัดแย้งกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ปัญหาการอนุรักษ์วิถีชุมชนและศิลปวัฒนธรรมด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด. 2555 : ออนไลน์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สอดคล้อง หรือตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด เพิ่มมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่อเดือน

### ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด
2. เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
3. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ที่ทำการศึกษาครั้งต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ปี 2554 จำนวน 25,608 คน (การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตราด. 2554 : 5)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเทียบขนาดของเครื่องซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 44) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### ตัวแปรที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาไว้ดังนี้

1. ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย
  - 1.1 เพศ
  - 1.2 อายุ
  - 1.3 สถานภาพ
  - 1.4 ระดับการศึกษา
  - 1.5 รายได้ต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่
  - 2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ
  - 2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
  - 2.3 ด้านการคมนาคมขนส่ง
  - 2.4 ด้านการบริการ
  - 2.5 ด้านการประชาสัมพันธ์

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. **การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง ชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อผ่อนคลายในความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน หรือหาความรู้ เป็นต้น

2. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งสถานภาพของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

3. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยที่ลึกลงไปในด้านต่างๆ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

3.1 **ด้านสิ่งดึงดูดใจ** หมายถึง ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูด เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น

3.2 **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูด เช่น การจัดวางผังขายสินค้าและทางเดิน ร้านค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม บริการเรือข้ามฟาก แผ่นป้าย/สัญลักษณ์ สุขาและสภาพแวดล้อม ภายในแหล่งท่องเที่ยว/ชุมชน เป็นต้น

3.3 **ด้านคมนาคมขนส่ง** หมายถึง ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกท่องเที่ยวเกาะกูด เช่น ความสะดวก ความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นต้น

3.4 **ด้านการบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านการบริการต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูด เช่น การต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว บริการสถานที่จอดรถ บริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะ บริการมอเตอร์ไซค์/จักรยานให้เที่ยวรอบเกาะหรือบริการรถเช่าให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

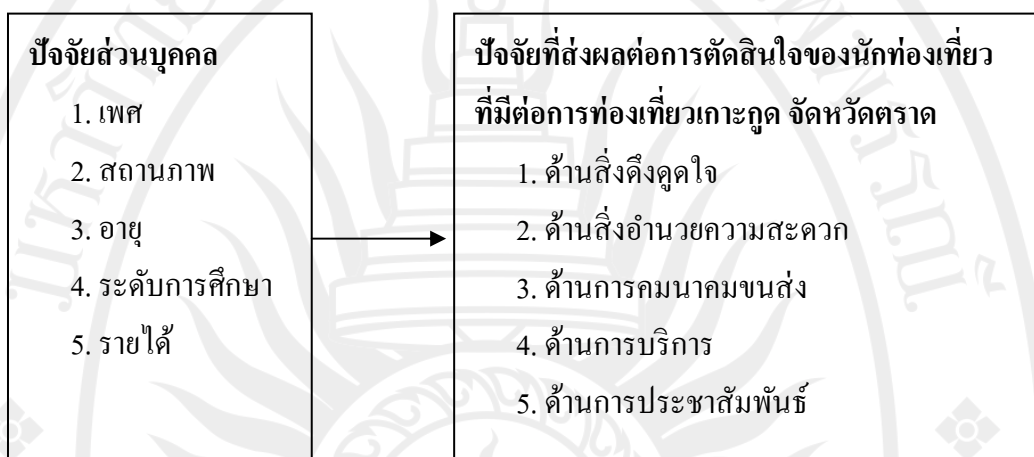
3.5 **ด้านการประชาสัมพันธ์** หมายถึง ปัจจัยทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวในเกาะกูด เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากนิตยสาร การท่องเที่ยว เว็บไซต์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่นๆ เป็นต้น

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด แตกต่างกันไปเมื่อจำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
  - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
  - 1.2 ลักษณะของการท่องเที่ยว
  - 1.3 โครงสร้างการท่องเที่ยว
  - 1.4 แนวคิดการท่องเที่ยว
  - 1.5 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว
  - 2.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
  - 2.2 สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ
  - 2.3 สิ่งกระตุ้นแรงจูงใจ
  - 2.4 ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลลัดัน
  - 2.5 ปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว
  - 2.6 ปัจจัยพื้นฐานในการท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมการท่องเที่ยว
  - 3.1 ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
  - 3.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม
  - 3.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
4. ความพึงพอใจ
  - 4.1 ความหมายของความพึงพอใจ
  - 4.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ
  - 4.3 การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า
5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

## ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่อยู่กับมนุษย์มาตั้งแต่อดีต มนุษย์เรียนรู้ที่จะเดินทางเพื่อแสวงหาสิ่งต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเองอยู่เสมอ มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวกการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปที่อื่นๆ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจากที่ที่เดินทาง ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2549 : 9)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทาง ก็จะไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 9)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่แห่งใหม่ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ โดยการเดินทางต้องมีความสะดวกสบาย และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (ธิดารัตน์ คีรี. 2548 : 8)

ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรมเมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าด้วยการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ออนไลน์. 2549)

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. ต้องมีจุดหมายของการเดินทาง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง โดยที่จะออกจากพื้นที่ที่อาศัยอยู่ เพื่อไปยังพื้นที่อื่น โดยอาจจะมิวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่

### ลักษณะของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายลักษณะด้วยกัน โดยขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้ (อุดม เขยกีวงค์ และคณะ. 2548 : 42-49)

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แชน้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงาน การสนทนา การโดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วัดต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส ในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่าๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่าๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ

6. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) มีลักษณะคล้ายกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าเน้นที่ชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและ การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและเรียนรู้หาประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้ในห้องเรียน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ความต้องการที่หลากหลายเหล่านี้ถูกหล่อหลอมรวมกัน โดยมีสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม การศึกษาและประสบการณ์

### โครงสร้างการท่องเที่ยว

1. โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure) ประกอบด้วยโครงสร้างที่เป็นสิ่งก่อสร้างหลักๆ เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ เครื่องอำนวยความสะดวก ระบบการสื่อสารคมนาคมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ปกติแล้ว โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้รัฐบาลของประเทศต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจะเป็นผู้จัดสร้างไว้ให้ โดยอาศัยงบประมาณซึ่งได้มาจากภาษีที่พลเมืองของประเทศเป็นผู้เสียให้กับรัฐบาล

2. โครงสร้างระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Superstructure) จะประกอบไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่นสถานที่พักผ่อน กิจการและร้านอาหาร บริการต่างๆ แหล่งจำหน่ายซื้อสินค้า ศูนย์การค้าและสถานบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ปกติแล้วแหล่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ เอกชนจะเป็นผู้จัดสร้างหรือจัดหาไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบธุรกิจ แต่อาจมีหลายแห่งที่รัฐบาลเข้าไปดูแลหรือให้เงินสนับสนุนการดำเนินงานด้วย

สรุปได้ว่า โครงสร้างทั้งสองประการนี้เมื่อรวมกันเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวก็จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จอย่างชัดเจนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว สามารถที่จะผลิตแหล่งท่องเที่ยวที่คนเข้ามาเที่ยวน้อยให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง

### แนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งในสังคม ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่นๆ ของสังคมอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในขณะที่การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากระบบการเมือง เศรษฐกิจ หรือระบบอื่นๆ ของประเทศ การท่องเที่ยวก็มีอิทธิพลต่อระบบเหล่านั้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ภายในระบบการท่องเที่ยวก็ยังมีระบบย่อย ๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเช่นกัน (มิ่งสรรพ ขาวสอาด. 2550 : 106)

การพิจารณาการท่องเที่ยวในเชิงระบบจะทำให้เข้าใจสภาพและการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ ต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบ หน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้ 2 ระบบ ย่อยดังต่อไปนี้ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนใหญ่หมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรนั้นๆ ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ
2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) เป็นส่วนของอุปสงค์ในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การตลาดอาจพิจารณาได้ทั้งตัวนักท่องเที่ยวเอง กิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

สรุปได้ว่า ในแต่ละระบบย่อยซึ่งได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบอีกด้วย สิ่งแวดล้อมนอกระบบ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคมและทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศวิทยานก ในน้ำและอากาศ ตลอดจนการบริหารการปกครองพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้นอกจากจะมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในทางอ้อมแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและโดยอ้อมด้วย

### ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว. ออนไลน์. 2552)



1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ
  - 1.1 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ
  - 1.2 ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
  - 1.3 ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
  - 1.4 ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
  - 1.5 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
  - 1.6 ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต
2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ
  - 2.1 ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
  - 2.2 ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
  - 2.3 ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
  - 2.4 ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
  - 2.5 ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย

สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพในทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก และเป็นที่ยืนยันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมๆ กับการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

### แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ (Motives) เป็นองค์ประกอบสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของบุคคล เกิดจากความต้องการที่สามารถกระตุ้นให้อยากรู้อยากเห็นและเกิดความสนใจ การจูงใจใช้ประโยชน์ได้ทั้งในการเรียนและการทำงาน ตลอดจนการดำรงชีวิตของบุคคลทั่วไป จึงต้องศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎี ความต้องการที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ซึ่งมีผู้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ไว้แล้ว ดังนี้

#### ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2545 : 70)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวผู้บริโภคที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้วซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ภายในสภาวะแวดล้อม (ชนิศา ครูจิรานูวัฒน์. 2546 : 13)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลรับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการเดินทาง (สมกมล พวงพรหม. 2546 : 131)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงผลักดันที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการออกเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการ (นิเวศน์ ธรรมะ. 2552 : 50)

สรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะบางสิ่งบางอย่างภายในตัวบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างในลักษณะที่มีเป้าหมาย

### สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ

พิบูล ทีปะปาล (2545 : 156) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ ดังนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แรงจูงใจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจซื้อ แรงกระตุ้นประเภทนี้ได้แก่

2.1 ความประหยัด เช่น ราคาดูก

2.2 ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้

2.3 ความเชื่อถือได้ เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของผู้จำหน่าย

2.4 ความทนทานถาวรของสินค้า

2.5 ความสะดวกในการใช้

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1 การเอาอย่างแข่งดีกัน เพื่อไม่ให้หน้าผู้อื่น การได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียงอาจเป็นประเด็นที่นำมาพูดคุยกันในหมู่สังคม การได้ชื่อว่าเคยไปอาจทำให้บางคนมีความรู้สึกว่าคุณเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3.2 ต้องการเป็นจุดเด่นเป็นเอกเทศ เป็นผู้นำแฟชั่น ทันยุคสมัย การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของการเป็นผู้นำแฟชั่นในกลุ่มคนบางกลุ่ม การได้ท่องเที่ยวในสถานที่เปิดใหม่หรือการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น การได้ดำน้ำดูปะการังที่เกาะล้านตาซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดใหม่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก อาจทำให้กลุ่มรู้สึกว่าคุณคนนี้เป็นผู้นำสมัยแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เสมอ

3.3 ต้องการคล้อยตามผู้อื่น เลียนแบบกลุ่ม เลียนแบบผู้ที่ตนเองชื่นชอบกับผู้มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ หากเพื่อนหรือกลุ่มคนในสังคมเราได้ไปเที่ยวมาแล้ว แต่เรายังไม่เคยไป อาจถูกเพื่อนมองว่าเป็นบุคคลที่ล้าหลังได้

3.4 ต้องการความสะดวกสบาย การพักผ่อน เมาแรง การทำงานทำให้เกิดความเมื่อยล้า ทั้งร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทำให้แม่บ้านทำงานน้อยลง เพราะอาจไม่ต้องประกอบอาหารเอง

3.5 ต้องการความสำราญ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ มีเหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว คือ เพื่อความสำราญใจ

#### 4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า เกิดจากสาเหตุต่อไปนี้

4.1 ให้บริการดีเป็นที่พอใจการบริการเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพราะสินค้าเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก ไม่อาจจับต้องและเป็นเจ้าของได้ การบริการที่ดีนั้นก็อาจส่งผลให้การพักผ่อนครั้งต่อไปลูกค้าเลือกที่จะมาใช้บริการการท่องเที่ยวแทนที่จะนอนดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน

4.2 ราคาข่อมเยาสมเหตุสมผล การตั้งราคาที่เหมาะสมกับการบริการทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ อาจยังส่งผลให้เกิดความคิดทางบวกกับการเลือกใช้บริการครั้งต่อไปได้ หลายครั้งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเจ็บช้ำชอกกับการถูกเรียกราคาค่าสินค้าแพงเกินไปในสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียกราคาค่าห้องแพงเกินไปสำหรับที่พักที่ไม่มีบริการที่ดีอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดทางลบกับการท่องเที่ยวได้

4.3 ทำเลที่ตั้งสะดวกในการที่จะไปซื้อ การคมนาคมที่สะดวกมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการตัดสินใจไปเที่ยวแต่ละครั้ง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงครอบคลุมผู้บริโภคจำนวนมาก เป็นโอกาสที่จะได้กระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของลูกค้าและเป็นโอกาสที่จะได้ขายสินค้ามากขึ้น

4.4 มีสินค้าให้เลือกหลายอย่าง มีทางเลือกที่หลากหลายย่อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า

4.5 ชื่อเสียงของร้านค้าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ มีชื่อเสียงที่สั่งสมมานานเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการได้ เช่น โรงแรมหรือธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะเพิ่มความมั่นใจในด้านคุณภาพในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวได้

สรุปได้ว่า สาเหตุหลักของการเกิดแรงจูงใจแบ่งได้ดังนี้ แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคสาเหตุใดก็ตาม ล้วนมีจุดประสงค์ที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจทั้งนั้น

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2545 : 71)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่ยังใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่จะทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เป็นต้น

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวจะเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทักษะคิดและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน ในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบ การท่องเที่ยวที่ต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

สรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ สิ่งที่กระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว สิ่งกีดขวางความต้องการ สิ่งกระทบ และบทบาทของนักท่องเที่ยว

#### สิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่ กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ที่สำคัญ คือ

1. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจ ทางด้าน ร่างกาย ทักษะคิด ความรู้สึก เป็นต้น

2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งที่จะอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า สิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว หมายถึง ตัวกระตุ้นหรือผลักดันบุคคลเกิดความต้องการ ในการท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภททางการท่องเที่ยว นั้น จะมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และบางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกัน ได้อย่างชัดเจน

รูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวแบ่งสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ (ชนิศา ครุจิรานูวัฒน์. 2546 : 18)

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ เพื่อการศึกษา ความสบายใจและความพึงพอใจ

2. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะของความต้องการที่เรียนรู้พบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่างๆ เพื่อค้นหาความเป็นมารูปแบบของการดำรงชีวิต

3. สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล ความต้องการที่จะพบปะกับผู้อื่นในสังคม การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ค้นหาประสบการณ์ใหม่และที่แตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมีการเดินทางจากถิ่นที่อยู่เดิม

4. สิ่งกระตุ้นทางสถานะภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อคำเนิต่อของกิจกรรม เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อเป็นการพัฒนาตนเองสร้างการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ

นอกจากนี้แล้ว (นิรันดร ทพิไชย, 2550 : 89) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา ซึ่งความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันออกไป ได้แก่

อายุ นับเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่และต้องการหาประสบการณ์ให้กับตนเองในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุเน้นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

เพศ ความแตกต่างทางด้านเพศมี 2 ปัจจัยคือ ความแบ่งแยกด้านบทบาทและการปฏิบัติหน้าที่เช่น เพศชายมีการแบ่งแยกระหว่างชีวิตครอบครัวและการทำงานที่พยายามแยกบทบาทออกจากกัน

ระดับการศึกษา ซึ่งสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคมและรายได้ บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักได้รับผลตอบแทนและสถานภาพทางสังคมสูงกว่าบุคคลที่ได้รับการศึกษาน้อย ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสและความสามารถในการเดินทางได้มากกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับ (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547 : 59-68) ที่กล่าวว่านอกจากแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแล้ว การรับรู้ ประสบการณ์ในอดีตและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง ความสามารถในการเดินทางก็จะพิจารณาจากขอบเขตของปัจจัยที่สัมพันธ์กันดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย 1) รายได้และอาชีพ 2) วันหยุด 3) ระดับการศึกษาและความสามารถในการเดินทาง 4) เพศ 5) เชื้อชาติ

2. วงจรชีวิต (Life Cycle) ขอบเขตด้านอายุและภาวะของแต่ละบุคคลส่งผลต่อความถี่ในการเดินทางและรูปแบบของความต้องการท่องเที่ยวอีกด้วย

สรุปได้ว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบมาจากหลายปัจจัยด้วยกันทั้งองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยภายนอกทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรม อีกทั้งยังสัมพันธ์กับแรงจูงใจการท่องเที่ยวภายในหรือปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา หรือแม้แต่ของรูปแบบการดำเนินชีวิตและวงจรชีวิต ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยทำให้แต่ละบุคคลมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป

แดนน์ (Dann, 1977 : 184) ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทดแทนความต้องการที่ขาดหาย
2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว
3. ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้น
4. ข้อมูลข่าวสาร สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
6. ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว
7. สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและกำหนดรูปแบบด้วยตัวของมันเอง

สำรวจ เมฆวรุฒิ (2550 : 14) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่จะกระตุ้นใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ

1. สันมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลม ฟ้า อากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า เขา ทะเล น้ำตก ฯลฯ
2. สันมรดกที่คนสร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่
  - 2.1 สันมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา
  - 2.2 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ เครื่องอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย
  - 2.3 โครงสร้างพื้นฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ไนท์คลับ ห้องประชุมขนาดใหญ่ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น
  - 2.4 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงทำที่ความรู้สึทกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ

#### **ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน**

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivations) คือ สิ่งทีกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไรและคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและทางสังคมมาประยุกต์กับการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) และมีปัจจัยผลักดัน (Push Factors) กล่าวคือ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550 : 103)

ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) หมายถึง เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และอื่นๆ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกลๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น แสดงให้เห็นว่า สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหารและมากไปกว่านั้นจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปสู่ การชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens Cee. 2000 : 301)

ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว มาสโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องของปัจจัยผลักดันไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียดและให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย
2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้อง จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง
3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ และคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้อง เพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้นๆ
4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน

5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความเข้าใจเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจะจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น ยังพบนักวิชาการที่ได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวอีกมากมาย โดยมองว่าทั้ง 2 ปัจจัยเป็นการตัดสินใจ 2 เรื่องที่แตกต่างกันออกไปและเป็นคนละช่วงเวลา อาทิเช่น

แดนน์ (Dann, 1977 : 186) ได้กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวคือ ปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการทางร่างกาย 2) ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม 3) ความต้องการที่จะมาศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม 4) ความต้องการความภาคภูมิใจที่ตนได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ 5) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน เช่น หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เขาอาจเลือกไปสถานที่ที่เงียบๆ ไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจจะเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

แคมป์ตัน (Crompton, 1979 : 408) กล่าวว่า ปัจจัยที่จะผลักดันในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมประกอบด้วย 1) การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน 2) การค้นหาและประเมินตนเอง 3) การพักผ่อนหย่อนใจ 4) ความรู้สึกมีเกียรติ 5) การกลับสู่ความเป็นตัวเอง 6) การได้เยี่ยมชมญาติพี่น้อง 7) การมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น ส่วนปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) การได้พบสิ่งแปลกใหม่ และ 2) การได้ศึกษาเรียนรู้

ยูซอล และฮาร์แกน (Uysal and Hagan, 1993 : 798) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยที่จะผลักดันในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย ความชอบส่วนบุคคลและความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และ 2) ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว และ 3) ความรู้ทางการตลาด ส่วนปัจจัย



ดึงดูดในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศ ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และกิจกรรมสันทนาการ 2) ความสะดวกสบายและการเข้าถึงได้ ได้แก่ ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ 3) ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นต้น

ในขณะที่ เคนนอสกี (Klenosky, 2002 : 385) กลับมองว่าปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่ควรถูกมองว่าเป็นการตัดสินใจที่แยกออกจากกันแต่ควรเกี่ยวเนื่องกัน ปัจจัยภายในหรือปัจจัยผลักดันคือ ความต้องการทางด้านจิตใจของคนกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยดึงดูดคือตัวแหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

สรุปได้ว่า ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

#### ปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตของคนในปัจจุบัน อะไรทำให้มนุษย์มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและอะไรทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คำถามเหล่านี้เป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจจากทั้งธุรกิจ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงภาครัฐและสิ่งที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในแต่ละคนมีรูปแบบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยส่วนตัว หรือปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (สุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547 : 59 - 68)

1. สุขภาพ เป็นสิ่งแรกที่จะบ่งบอกได้ว่าความต้องการการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ สุขภาพในที่นี้หมายถึงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต มนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้น มีอาหารดีบริโภคนานการแพทย์ก้าวหน้า ทำให้สามารถต่อสู้กับโลกได้มากกว่าในอดีต แต่ในขณะเดียวกันในการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งบั่นทอนสุขภาพ รวมทั้งสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป มลพิษที่มีเพิ่มสูงขึ้นเป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทางทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

2. รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมในการตัดสินใจท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยสำคัญเริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ในการศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

3. ทักษะคิดและการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปัจจัยหนึ่งและมีความแตกต่างอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในยุคของการก่อการร้าย ความชอบและความกลัว เป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นตามแนวทางที่ต้องการ เช่น สายการบินใช้ความเข้าใจในเรื่องการกลัวการขึ้นเครื่องบิน จัดอบรมการเอาชีวิตรอดความกลัวนั้น หากคนเลิกกลัวการขึ้นเครื่องบินหมายถึงการเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้เติบโตขึ้น

4. ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะคิดและการรับรู้ได้ ประสบการณ์การซื้อแบบมีส่วนลดอาจทำให้เกิดพฤติกรรมพยายามหาส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลให้ความสนใจในปัจจัยแต่ละด้านไม่เท่ากัน บางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ตามทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลเหล่านั้นและในบุคคลเดียวกันนี้การให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยดังกล่าวย่อมเปลี่ยนไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป

ปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยทางการเมือง โดยเกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับการตรวจเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยว ที่กล่าวมานี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มอิทธิพลกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นับเป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญ โดยจะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะมีมากในช่วงที่เศรษฐกิจมีความเจริญรุ่งเรือง เช่น เกาหลีใต้เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีใน ปี ค.ศ. 1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชียที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย

3. ปัจจัยด้านสังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชนชั้น หรือแบบแผนชีวิต ในสังคมเมืองการท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิต เปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย โดยแนวโน้มการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคนมิให้เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะในโลกตะวันตก

สรุปได้ว่า สิ่งที่ควรตระหนักเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยตัวเดียวกันอาจเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดหรือขัดขวางไม่ให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น รายได้เหลือเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว แต่รายได้ที่ไม่พอจ่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นสิ่งไม่จำเป็นหรือสิ่งจำเป็นลำดับท้ายของรายจ่าย เป็นต้น

## ปัจจัยพื้นฐานในการท่องเที่ยว

ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ (สำราญ เมฆวรรุฒิ. 2550 : 16)

### 1. สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจ เกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แลลม หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายใต้เงื่อนไขของความแตกต่างในเรื่องฉากของธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ

1.1.1 สถานที่ที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำ ซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

1.1.2 เหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคน มาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครศรีเมืองเพชรบุรี ซึ่งในงานจะมีการแสดง แสง สี เสียงประกอบละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงานขนมหวานเมืองเพชร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน จารีตประเพณี

1.3 แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณคดี หมายถึง แหล่งหลักฐานบอกอดีตของมนุษยชาติ เช่น โบราณสถาน ปราสาท กู่ สถูป ชาติ เมือง และชุมชน โบราณ ศาสนาสถานเก่า คูเมือง คลองเมือง กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน วัด ศิลปิน พิพิธภัณฑฯ ฯลฯ

1.4 แหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการผลิตด้านต่างๆ ทั้งเกษตรกรรม อุตสาหกรรมครัวเรือน อุตสาหกรรมโรงงาน เช่น แหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน หมู่บ้านทอผ้า ทอเสื่อ แหล่งจักสาน แหล่งปั้น แหล่งพื้นบ้าน แหล่งเจียรไน แหล่งผลิตอุตสาหกรรมพื้นบ้านที่สำคัญ และแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่เด่นๆ และสำคัญๆ ในท้องถิ่น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 2 ประเภทใหญ่ คือ

2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางที่เข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประกอบด้วย 2 ประเภท คือ การอำนวยความสะดวกด้านการเข้าออกประเทศ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่าและการให้บริการท่องเที่ยว เป็นการอำนวยความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตประจำวัน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 ด้านคือ

2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่และส่งผลให้เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษาและการสาธารณูปโภค เป็นต้น

2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบและความปลอดภัยจากบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ ที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงามและการบริการการรักษาพยาบาล เป็นต้น

3. การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

4. การต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสม นอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้ว โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

5. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว เป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆ ที่ไม่ใช่ทางการค้า เป็นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวจากธุรกิจไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวสนับสนุนวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธุรกิจและปรับแนวคิดระหว่างธุรกิจกับชุมชนให้สอดคล้องกัน จึงเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีและความศรัทธาให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนและนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่าในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอันดับแรกที่สำคัญ คือ ในท้องถิ่นนั้นจะต้องมีแหล่งทรัพยากรมีคุณค่า มีเสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเยือน อาจจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติหรือมรดกทางวัฒนธรรมก็ได้ เมื่อมีนักท่องเที่ยวก็จะเกิดระบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก มีการจับจ่ายใช้สอยเป็นตลาดการท่องเที่ยว มีผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นร่วมกันประกอบกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้สิ่งสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานตลอดทั้งระบบการขนส่ง การบริการ การประชาสัมพันธ์ จะมีส่วนสนับสนุน หรือผลักดันระบบการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

#### ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นไม่ได้เริ่มต้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้เริ่มซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวแต่จะเกิดขึ้นโดยแบ่งเป็น 3 ระยะคือ

1. ก่อนการซื้อ (Before Purchase) ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางก็จะเริ่มหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง
2. เมื่อได้ตัดสินใจซื้อ (Actual Purchase) เป็นขั้นที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงโรงแรมที่จะพัก บริษัททัวร์ที่จะเลือกใช้บริการ บริษัทการบินที่จะอยากใช้บริการ
3. หลังการซื้อ (After Purchase) สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนสูงและการซื้อขายไม่ได้สิ้นสุดทันทีเหมือนสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป แต่ยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและความไว้วางใจที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นอีกด้วย

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ (ฉัตรพร เสมอใจ. 2550 : 15)

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมที่ต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยมโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่จะเอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลา 12.00 น. เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้า การกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจจะตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินจะต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัยและอาจล้มเลิกความตั้งใจในด้านการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจ ที่มีผลต่อการแสดงออก

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจซึ่งพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการ ได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 45)

1. การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ ข่าวสาร การท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่นจากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูล เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก คมนาคม ความปลอดภัย

2. ความต้องการ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อเกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว แต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ดีหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่นเกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการ ได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3. สิ่งจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยวจะเป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชม แหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภทคือ

3.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่นการอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

3.2 สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการรู้จักวัฒนธรรม ของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ

3.3 สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น ในการ เดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปแสวงบุญ เป็นต้น

3.4 สิ่งจูงใจด้านสถานะภาพและชื่อเสียง เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่นการเข้าร่วมประชุม การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากเที่ยวขึ้นอีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัดปลอดภัย สะดวกสบายและความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว อาจประกฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่นประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- 4.1 จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 4.2 จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- 4.3 จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ)
- 4.4 จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 4.5 จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
- 4.6 จะไปท่องเที่ยวเพื่อทำอะไร
- 4.7 จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 4.8 จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ปกติเมื่อตัดสินใจไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ต้อง ศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่นค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายชื่อของที่ระลึก เป็นต้น

6. การเตรียมการเดินทาง เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้วในขั้นนี้ผู้ที่เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยัน การเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทางเช่นหนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว



7. การเดินทางท่องเที่ยว เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อคนอื่นไม่ให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

8. ประสบการณ์ท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทาง อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อมผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

8.1 มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการและสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

8.2 ไม่มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางลบที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

9. ทัศนคติของการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน 3) สิ่งจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยวเป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว 4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 5) การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 6) การเตรียมการเดินทาง 7) การเดินทางท่องเที่ยว เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน 8) ประสบการณ์ท่องเที่ยว 9) ทัศนคติของการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

## ความพึงพอใจ

### ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นความพอใจที่เกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวัง แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจ ยังรวมถึงการตอบสนองลูกค้า ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงๆ ทั้งในขณะเวลาและวิถีทางที่ลูกค้าต้องการ หรือจะกล่าวได้ว่า เป็นการตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า ซึ่งอาจทำการจัดการระดับความพึงพอใจ 3 ระดับ คือ (ชนวรรณ แสงสุวรรณ. 2552 : 82)

ระดับที่ 1 การตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า

ระดับที่ 2 สนองความคาดหวังของลูกค้าในวิถีทางที่อยากกลับมาใช้บริการอีก

ระดับที่ 3 สนองเกินความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ก็คือทำการค้นหาว่าลูกค้ามีความต้องการหรือมีความจำเป็นอะไร แล้วจึงสนองความต้องการและความจำเป็นนั้นซึ่งระดับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนจะแตกต่างกัน แต่ความต้องการพื้นฐานคล้ายคลึงกันไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลใดก็ตาม ความต้องการก็จะคล้ายคลึงกัน

โวลด์แมน (Wolman. 1993 : 384) ให้ความหมายพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อบุคคลได้รับความสำเร็จสมความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

มุลลินส์ (Mullins. 1985 : 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากการที่มนุษย์มีแรงผลักดันบางประการในตนเองและพยายามบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการ หรือความคาดหวังที่มีอยู่และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ

### ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย

1. ความต้องการในสินค้าและบริการ ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการและบริการที่รวดเร็ว ประทับใจโดยไม่บกพร่อง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านราคาแล้ว ยังมีความสำคัญมากกว่า
2. ราคาแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะหากเป็นสินค้าที่มีจำนวนมาก
3. คุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกค้าจะมีคาดหวังว่าสินค้าและบริการที่เขาได้ซื้อไปจะมีคุณภาพสูงและสามารถเชื่อถือได้

4. การส่งมอบสินค้า ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีการส่งมอบที่ตรงเวลา เพื่อให้ลูกค้ามีความพอใจ และการส่งมอบนั้นจะต้องทำด้วยความมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดความบกพร่อง

5. การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อสินค้าและบริการแล้ว ลูกค้าย่อมคาดหวังว่า หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับ เขาจะได้รับความช่วยเหลือและแนะนำเป็นอย่างดี

6. สถานที่ ลูกค้าย่อมคาดหวังว่าจะ ได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าหรือการรับบริการ ทั้งนี้รวมถึงบรรยากาศและความสะดวกในการบริการด้วย

#### การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า

##### การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้าดังนี้

1. ปรัชญาความพึงพอใจ บริษัทใดก็ตามที่ต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจ จะต้องยึดมั่นในปรัชญานี้ โดยการบรรลุวัตถุประสงค์หรือพันธกรณีของบริษัทและควรมีการสื่อสารความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้แก่พนักงานทุก ๆ ท่าน ได้รับทราบอย่างทั่วถึง

2. ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า ก่อนที่บริษัทจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ บริษัทจำเป็นต้องค้นหาความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าเสียก่อน ซึ่งอาจทำได้โดยการสำรวจ การวิจัย หรือการจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อรับเสียงสะท้อนหรือรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่บริษัทสามารถทำการตรวจสอบความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อทำการปรับปรุงต่อไป

3. กำหนดมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า 3 เงื่อนไข ดังนี้

3.1 สินค้า ประกอบด้วย การทำงาน ประโยชน์ และความปลอดภัย

3.2 บริการ ได้แก่ เวลาในการบริการ ความคงทน และความยืดหยุ่น

3.3 การส่งมอบ ซึ่งต้องคำนึงถึงความรวดเร็ว ความละเอียดรอบคอบ ความสุภาพ

เรียบร้อย และประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่รับด้วยจิตใจและอาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ให้บุคคลรอบข้าง ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นหลังการซื้อสินค้าและบริการ

#### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ เกาะกูด จังหวัดตราด

ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด มีดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด. ออนไลน์. 2555)

##### ประวัติความเป็นมา

เกาะกูดเริ่มปรากฏหลักฐานตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อองค์เชียงสือ เจ้าเมืองญวนที่เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของพระองค์ หนีออกจากกรุงเทพมหานครมาลงเรือที่เกาะสีชัง จากนั้นแล่นเรือชักใบในอ่าวไทยมา 7 วัน จึงถึงเกาะกูด ที่ไม่มีคนอยู่เลย

ชนพื้นถิ่นดั้งเดิมของเกาะกูดส่วนใหญ่เป็นคนไทยและคนเขมรในเกาะกูดที่อพยพเข้ามาเมื่อเมืองประจันตคีรีเขตตกเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศสเมื่อปี พ.ศ.2447 มีหมู่บ้านคลองมาดเป็นหมู่บ้านที่เก่าแก่ที่สุด

เดิมเกาะกูดเป็นหมู่บ้านขึ้นกับตำบลเกาะหมาก อำเภอแหลมงอบ ต่อมาได้ยกฐานะขึ้นเป็นตำบลเกาะกูด ในปี พ.ศ. 2523 ตัวเกาะกูดมีระยะทางห่างจากอำเภอคลองใหญ่ประมาณ 40 กิโลเมตร ประชาชนชาวเกาะกูดมีความยากลำบากในการเดินทางไปติดต่อราชการ ประกอบกับเกาะกูดอยู่ใกล้ดินแดนประเทศกัมพูชาด้านเกาะกูดมากกว่าฝั่งไทย ทางราชการจึงมีนโยบายเพื่อความมั่นคงและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน โดยได้ยกฐานะเกาะกูดและเกาะข้างเคียงขึ้นเป็นกิ่งอำเภอเกาะกูด ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2533 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2533 และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาลงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ยกฐานะขึ้นเป็น อำเภอเกาะกูด โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน 2550

ลักษณะโดยทั่วไปเป็นภูเขาและที่ราบสันเขาซึ่งเป็นต้นกำเนิด ลำธาร สายน้ำ ทำให้เกาะกูดมีน้ำตกหลายแห่ง แต่ที่ขึ้นชื่อบนเกาะกูด คือ น้ำตกคลองเจ้า จะมีน้ำไหลตลอดทั้งปี มีทั้งหมด 3 ชั้น โดยชั้นบนจะมีลักษณะเป็นลำธาร ส่วนชั้นล่างเป็นลำธารจากน้ำตกขนาดใหญ่ ซึ่งเหมาะแก่การเล่นน้ำอย่างมาก น้ำตกแห่งนี้ถือว่าเป็นน้ำตกประวัติศาสตร์ คือพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เคยเสด็จประพาสมาเมื่อ พ.ศ. 2454 ทรงพระราชทานนามว่า “น้ำตกอนัมก๊ก” เพื่อเป็นสิ่งที่ระลึกถึงองค์เชียงสีอ กษัตริย์ญวนที่เคยเข้ามาลี้ภัยจากการจลาจลในสมัยรัชกาลที่ 1

เกาะกูด เป็นเกาะที่อยู่สุดท้ายทางทิศตะวันออกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลตราด และมีความใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากเกาะช้างในจังหวัดตราด หรือเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของประเทศ มีระยะทางห่างจากตัวอำเภอเมืองตราด 80 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 105 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 65,625 ไร่ โดยมีขนาดความยาวของเกาะ 25 กิโลเมตรและขนาดความกว้าง 12 กิโลเมตรเกาะกูดมีประชากรทั้งสิ้นประมาณ 1,989 คน ชาวเกาะยังดำรงชีพด้วยเกษตรกรรม ทั้งทำสวนยางพารา สวนมะพร้าว สวนผลไม้เพียงเล็กน้อยและทำประมงชายฝั่ง ปัจจุบันเกาะกูดยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ ล้วนแต่เป็นหาดที่มีหาดทรายสวยงามและมีธรรมชาติสงบเงียบ ร่มรื่นด้วยทิวมะพร้าวริมหาด นอกจากนี้บนเกาะกูดยังมีป่าชายเลนที่สมบูรณ์ แนวปะการังนานาชนิดและปลาทะเลสีส้มสวยงาม น้ำทะเลใสสีมรกต จนได้รับการขนานนามว่า “อัญดา มันแห่งทะเลตะวันออก”

อำเภอเกาะกูดประกอบด้วยเกาะใหญ่น้อยรวม 24 เกาะ โดยแบ่งเป็น 3 หมู่เกาะ ได้แก่

1. หมู่เกาะกูด มี 3 เกาะ ได้แก่ เกาะกูด เกาะแรด และเกาะไม้ซี้
2. หมู่เกาะหมาก มี 9 เกาะ ได้แก่ เกาะหมาก เกาะชะร้งใน เกาะชะร้งนอก เกาะผี เกาะขาม

เกาะกระดาด เกาะนก เกาะนอกและเกาะใน

3. หมู่เกาะรัง มีทั้งหมด 12 เกาะ ได้แก่ เกาะรังใหญ่ เกาะรังเล็ก เกาะตุ้ม เกาะกระ เกาะเทียน เกาะทองหลาง เกาะมะปริง เกาะยักษ์ เกาะกำป็น เกาะใหญ่ เกาะกลางและเกาะเล็ก

ฤดูกาลที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เกาะภูเก็ต คือ ระหว่างกลางเดือนตุลาถึงต้นพฤษภาคม เนื่องจากปลอดลมมรสุม

สถานที่ที่น่าสนใจของตำบลเกาะภูเก็ต

1. น้ำตกคลองเจ้า หรือน้ำตกธารสนุก เป็นน้ำตกที่ขึ้นชื่อของเกาะภูเก็ต มีน้ำไหลตลอดทั้งปี มีทั้งหมด 3 ชั้น เหมาะแก่การเล่นน้ำเป็นอย่างมาก น้ำตกแห่งนี้ถือว่าเป็นน้ำตกประวัติศาสตร์ คือ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เคยเสด็จประพาสเมื่อ พ.ศ. 2454 ทรงพระราชทานนามเพื่อเป็นที่ระลึกถึงองค์เชียงสีชื่อว่า “น้ำตกอนันท์ก๊ก”

2. หาดบางเบา ถือว่าเป็นหาดที่สวยงามระดับต้นๆ ของเกาะภูเก็ต มีรูปร่างคล้ายๆ พระจันทร์ครึ่งเสี้ยว ประกอบกับหาดทรายสีขาวทอดยาว น้ำทะเลใสสะอาด ภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพรรณไม้เขตร้อนและทิวมะพร้าว บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อนเป็นอย่างมาก

3. หาดคลองยายกี อยู่ทางด้านทิศตะวันตกของเกาะภูเก็ต มีชายหาดขาว อยู่ตรงข้ามกับเกาะแรด สามารถชมพระอาทิตย์ตกได้อย่างชัดเจน

4. หาดคลองหิน อยู่ทางด้านทิศตะวันตกของเกาะภูเก็ต เป็นหาดทรายยาวประมาณ 300 เมตร น้ำใสสะอาด และเป็นจุดดำน้ำชมปะการังที่สวยงามแห่งหนึ่ง

5. หาดอ่าวพร้าว อยู่ทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งเป็นอ่าวสุดท้ายทางใต้สุดของเกาะภูเก็ต เป็นชายหาดขาว โค้งเว้า มีน้ำทะเลที่ใสสะอาดสามารถลงเล่นน้ำได้ บรรยากาศร่มรื่น และเป็นจุดที่สามารถชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งบนเกาะภูเก็ต

6. อ่าวงามโข เป็นอ่าวที่มีธรรมชาติอันหลากหลาย ทั้งที่เป็นชายหาดทอดยาว ทรายสีขาวละเอียดไปจนถึงโขดหินและลานหินขนาดใหญ่ตระหง่าน ซึ่งถือเป็นมนต์เสน่ห์บนชายหาด

7. อ่าวใหญ่ อยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะภูเก็ต เป็นทำเลที่ตั้งของชุมชนบ้านเรือนชาวประมงบนเกาะภูเก็ตบริเวณนี้เป็นแหล่งขนส่งและจำหน่ายสินค้าทางการประมงและของฝากจากทะเล เช่น กุ้งแห้ง ปลาเค็ม ปลาหมึกแห้ง เป็นต้น

8. อ่าวจาก อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ต เป็นหาดทรายขาว ในบริเวณด้านบนของชายหาดอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสวนมะพร้าว เป็นจุดที่สามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นได้สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งบนเกาะภูเก็ต

9. อ่าวยายเกิด ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะภูเก็ต เป็นหาดทรายขาว มีลักษณะโค้งเป็นรูปครึ่งวงกลม ด้านหลังของหาดติดเนินเขา บรรยากาศโดยรอบเงียบสงบเหมาะสำหรับการพักผ่อนของผู้ที่รักธรรมชาติอย่างแท้จริง

10. เกาะแรด อยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะกูด เป็นเกาะขนาดเล็ก บริเวณโดยรอบของเกาะแรดมีแนวปะการัง สวยงามมาก มีช่องแคบห่างจากเกาะกูดเพียง 400 เมตร เวล่าน้ำลงสามารถว่ายน้ำข้ามไปมาระหว่างเกาะแรดกับเกาะกูดได้ บนเกาะแรดมีกระชังเลี้ยงปลาทะเลชนิดต่างๆ สามารถแวะเข้าไปชมได้ มีจุดชมพระอาทิตย์ตกสวยงามมาก

นอกจากนี้ยังมีสถานที่ที่น่าสนใจอื่นๆ อีกมาก เช่น เกาะไม้ซี้ อ่าวคลองแขวน อ่าวสับประรด แหลมยายตุ้ย อ่าวผักแว้ง คลองตาตัน บ้านคลองมาด อ่าวตะเกา อ่าวคลองเจ้า อ่าวกระทิง เป็นต้น

สรุปได้ว่า จากการพิจารณาข้อมูลทั่วไปทางด้านการท่องเที่ยวของเกาะกูด จังหวัดตราด เกาะกูดยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ ภายในเกาะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และน่าสนใจที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกและตัดสินใจในการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ตามความสนใจและความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยต่างประเทศ

อีไลน์ (Ealine, 1984 : 30) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนมาท่องเที่ยวจำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบความพึงพอใจในการบริการนันทนาการและสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งทางด้านสภาพพื้นที่และนันทนาการ รองลงมา ได้แก่ ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา สำหรับความคิดเห็นทั่วไป มีความเห็นว่า ควรปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้ให้บริการการรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

บิจอร์ค (Bjork, 2000 : 45) ได้อธิบายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ไม่ใช่เพียงแค่งานการท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวฟาร์ม หรือ การท่องเที่ยวผจญภัย แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์จนเป็นที่นิยม เนื่องด้วยเหตุผลของการตลาดสีเขียว การเพิ่มพูนความรู้ด้านความเสื่อมโทรมสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการเข้าใจความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างเศรษฐกิจและระบบนิเวศน์ที่ดี นอกเหนือจากนั้น Bjork ยังให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไว้ว่า สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์คือ การร่วมมือ ขององค์กร 4กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น หน่วยงานรัฐบาลในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยว

เวฟเวอร์ (Weaver, 2001 : 19) เขียนว่า ผลประโยชน์ที่ได้ร่วมกันระหว่าง 3 ส่วน ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และพื้นที่อนุรักษ์ มี 4 ประเภท ดังนี้ อักษร “A” หมายถึง เส้นทางที่เชื่อมโยงระหว่าง กลุ่มนักท่องเที่ยวไปยังการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ เกิดลูกค้าที่มีคุณภาพ และรายได้มีการเคลื่อนไหว ทำให้การประหยัดในขนาดกลายเป็นความยั่งยืน เกิดพลังจากกลุ่มที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อักษร “B” หมายถึง เส้นทางที่เชื่อมโยงจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไปยัง กลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ ทำให้มีสินค้าในการท่องเที่ยวสีเขียว ดึงดูดการเพิ่มตลาดสีเขียว สะท้อนหลักการ และการปฏิบัติการในความยั่งยืน อักษร “C” หมายถึง เส้นทางที่เชื่อมโยงจากพื้นที่อนุรักษ์ไปยังการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ ให้แนวทางที่มีคุณภาพ และดึงดูดสำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แยกการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ออกจากกิจกรรมที่ไม่มีคุณภาพ และ อักษร “D” หมายถึง เส้นทางที่เชื่อมโยงจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไปยังพื้นที่อนุรักษ์ ได้แก่ รายได้จะเป็นแหล่งเงินทุนในการเพิ่มพูน และขยายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนอย่างกว้างขวาง

จาง และ วู (Jang and Wu, 2006 : 10) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันและค้นพบปัจจัยผลึกสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความภาคภูมิใจในตนเอง ความนับถือตนเอง การหาความรู้เพิ่ม การผ่อนคลาย และการเข้าสังคม และปัจจัยดึง 3 ประการ ได้แก่ ความสะอาดและความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เทศกาล และราคา แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทางธรรมชาติ และทางประวัติศาสตร์ การศึกษามีแนวคิดพื้นฐานที่ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีความจงรักภักดีต่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ และความปลอดภัยเป็นมิติทางคุณภาพที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศฟินแลนด์พบว่า ความปลอดภัยที่รับรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยว และการรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยนี้จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ความปลอดภัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับอายุ จะแตกต่างจากความปลอดภัยส่วนบุคคลโดยทั่วไป

#### งานวิจัยภายในประเทศ

กัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาพักผ่อนเฉลี่ย 1-2 คืน ในการมาแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก 500 – 1,499 บาทต่อครั้ง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นภา จันทรตรี (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” โดยใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 6,001-12,000 บาท ระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง ด้านความปลอดภัย ด้านคมนาคม ด้านที่พักและระดับทัศนคติโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับไม่แน่ใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และเลือกบังกะโล ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าที่พักและค่าอาหาร นักท่องเที่ยวประทับใจธรรมชาติ การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และสื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ นิตยสารการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะช้าง ได้แก่ เพศ อายุและประสบการณ์ความประทับใจในการท่องเที่ยว

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

เสริมสกุล เสรีจกิจ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการนักท่องเที่ยว และด้านสินค้าของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสินค้าของที่ระลึกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ



และสิ่งแฉะล่อมจากที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจและสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพcsrน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น

สุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “มูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจุลดิศเขาใหญ่รีสอร์ทแอนสปา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ใน 8 ด้าน คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านชื่อเสียงโรงแรม ด้านบรรยากาศและการจัดสวน ด้านสภาพห้องพัก ด้านราคาห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมในโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับมูลเหตุจูงใจด้าน โรงแรม โดยรวมและรายได้ในระดับต่อมาและเมื่อเปรียบเทียบมูลเหตุจูงใจจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ รายได้ อาชีพ จำนวนครั้งที่เข้าพักและผู้ร่วมพักต่างกัน มีมูลเหตุจูงใจด้าน โรงแรม โดยรวมไม่ต่างกันและเมื่อพิจารณา รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเหตุจูงใจในด้านราคาห้องพักและการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เข้าพักต่างกันมีเหตุจูงใจด้านราคาห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมาภรณ์ คงเจริญกาย (2548 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น มาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่างๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2-4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ด้วยการใช้จ่ายค่าขนส่งส่วนตัวและเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยวคือการจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานจากวารสารการท่องเที่ยวและผู้เข้ามาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง

ความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ปรีศนี หาญสมศรี (2549 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยและด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษามีผลทำให้ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน

ปฐมลักษณ์ สุเวชวิชย์ (2550 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถาม จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่างช่วงอายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด ผลจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มวัยทำงานเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีทางรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนมากกลุ่มคนวัยทำงานไปท่องเที่ยวภายในประเทศกับครอบครัวมากที่สุด ในการท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละครั้งมักไปกัน 2-4 คนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับผู้เดินทางมากที่สุด โดยเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ การพักผ่อน/บันเทิง ซึ่งในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อนมากที่สุด ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ 2,001-3000 บาท/คน ภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พิษณุโลก สุโขทัย ดาก สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปมากที่สุดคือ ชายทะเล และมีการใช้บริการและสถานที่พักในรูปแบบของโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโลมากที่สุด

นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ และเปรียบเทียบกับปัจจัย โดยใช้ขนาดตัวอย่าง 400 คน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรสในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นรินทิพย์ ศรีชัย (2551 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริการ โฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ โฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการบริการ โฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ โฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มาลินี ปิ่นแก้ว (2552 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่” ตลอดจนศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ที่กำลังเดินทางมาท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ สถานีขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ และสถานีรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21- 30 ปี มีสถานสมรส สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในภาพรวม อันดับหนึ่งคือ ค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมาคือความต้องการ หาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับชักรวนจากเพื่อนหรือญาติ สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลการ เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและอายุ พบว่าเพศชายและผู้มีอาชีพที่มีรายได้ประจำมีความเห็น ว่า ความต้องการหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว มีผลมากที่สุด แต่เพศหญิงและผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ ไม่ประจำมีความเห็น ว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสมหรือสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ มีผลมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้แล้ว พบว่าผู้ที่มี รายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความเห็นว่าการที่แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยวมีผลมากที่สุด

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลัก ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน

หรือคนรู้จัก ใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับญาติพี่น้อง สถานที่พักแรมคือโรงแรม ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยคือ 3 วัน มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 3,937.46 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าพาหนะเดินทาง ส่วนนักเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเท่ากับ 4,675.63 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความยุ่งยากซับซ้อน เพราะปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นั้น มีหลายด้าน ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย การคมนาคม รายได้ ช่วงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล การบริการ สถานที่พักแรม แหล่งสาธารณูปโภค ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการหรือไม่ต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

##### การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในปี 2554 จำนวน 25,608 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด, 2554 : 5)

##### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเทียบขนาดของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด รวม 5 ด้าน จำนวน 30 ข้อ

ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว กำหนดเกณฑ์ให้คะแนน 1 - 5 แทนระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังต่อไปนี้

1	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
2	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาก
3	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
4	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อย
5	หมายถึง	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยแปลความหมายด้วยวิธีการใช้ค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผล 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 103)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
2.50 – 3.49	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
4.50 – 5.00	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดประเด็น ขอบเขตและเนื้อหาของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และทำทานิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ให้ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อประธานกรรมการและกรรมการที่ปรึกษาภาคินพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของประธานกรรมการและกรรมการที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ให้สมบูรณ์ถูกต้อง

6. นำแบบสอบถามที่หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .89

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นแล้วไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดเพื่อนำผลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานการวิจัยต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้จำนวน 400 ตัวอย่างและตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้รับแบบสอบถามคืนครบ 400 ฉบับ คิดเป็น 100%

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผล และวิเคราะห์หาค่าต่างๆ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด รวม 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด รวม 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบค่า t-test จำแนกตาม สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way – ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significance Difference)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้

#### สถิติพื้นฐาน

1. การแจกแจงความถี่ (Frequency)
2. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)
3. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบทดสอบกับจุดประสงค์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC)

2. ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-Total Correlation)
3. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  – Coefficient)

#### สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. การหาค่าที (t-test)
2. การหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)
3. การหาค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significance Difference)



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าที (T - Test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าเอฟ (F - Test)
SS	แทน	ค่า Sum of Squares
MS	แทน	ค่า Mean of Squares
Df	แทน	ค่า Degrees of Freedom
P	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอเป็นตอนๆ ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด แยกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด 5 ด้าน จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน โดยใช้การทดสอบค่าที การเปรียบเทียบ One - Way - ANOVA และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปรากฏผลดัง ตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
1. ชาย	182	45.50
2. หญิง	281	54.50
รวม	400	100.00
<b>สถานภาพ</b>		
1. โสด	241	60.3
2. สมรส	151	37.7
3. หม้าย/หย่าร้าง	8	2.00
รวม	400	100.00
<b>อายุ</b>		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	12	3.00
2. 20 – 30 ปี	232	58.00
3. 31 – 40 ปี	112	28.00
4. 40 ปีขึ้นไป	44	11.00
รวม	400	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
1. ประถมศึกษา	16	4.00
2. มัธยมศึกษา , ปวช.	45	11.30
3. อนุปริญญา , ปวส.	81	20.30
4. ปริญญาตรีขึ้นไป	258	64.40
รวม	400	100.00
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	91	22.80
2. 10,000 – 20,000 บาท	207	51.70
3. 20,000 บาทขึ้นไป	102	25.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 เป็นลำดับสุดท้าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 เป็นลำดับสุดท้าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษานุปริญญา , ปวส. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา , ปวช จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และมีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เป็นลำดับสุดท้าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด แยกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์ ปรากฏผลดัง ตาราง 2 - 7

**ตาราง 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมทุกด้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.32	.46	ปานกลาง
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.30	.44	ปานกลาง
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	3.08	.49	ปานกลาง
4. ด้านการบริการ	3.50	.41	มาก
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.29	.62	ปานกลาง
รวม	3.34	.30	ปานกลาง

จากตาราง 2 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 1 ด้านและระดับปานกลาง 4 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการบริการ ( $\bar{X} = 3.50$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ( $\bar{X} = 3.32$ ) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.30$ ) ด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.29$ ) และด้านการคมนาคมขนส่ง ( $\bar{X} = 3.08$ )

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งดึงดูดใจ จำแนกรายข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าสนใจ	3.03	.74	ปานกลาง
2. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สวยงาม	2.93	.75	ปานกลาง
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาะกูดมีความสวยงาม ความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว	4.46	.56	มาก
4. มีสินค้าและของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อไว้จัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	2.89	.57	ปานกลาง
รวม	3.32	.46	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาะกูดมีความสวยงาม ความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.46$ ) เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.03$ ) และเกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สวยงาม ( $\bar{X} = 2.93$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสินค้าและของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อไว้จัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ( $\bar{X} = 2.89$ )

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกรายข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1. มีร้านอาหารสำหรับบริการให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและพอเพียง	3.11	.63	ปานกลาง
2. มีร้านค้าตั้งอยู่ในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว	3.26	.62	ปานกลาง
3. มีการให้บริการน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด	3.75	.61	มาก
4. มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาด และเพียงพอ	3.64	.59	มาก
5. มีสื่อประชาสัมพันธ์การเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน	3.13	.74	ปานกลาง
6. มีแผ่นป้าย/สัญลักษณ์ต่างๆ ชัดเจน เหมาะสม	2.93	.59	ปานกลาง
7. มีการบริการ Social network ให้แก่นักท่องเที่ยว	2.95	.88	ปานกลาง
8. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	3.63	.65	มาก
รวม	3.30	.44	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 3 ข้อและระดับปานกลาง 5 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด ( $\bar{X} = 3.75$ ) มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาด และเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.64$ ) และมีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ( $\bar{X} = 3.63$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีแผ่นป้าย/สัญลักษณ์ต่างๆ ชัดเจนเหมาะสม ( $\bar{X} = 2.93$ )

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกรายข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการคมนาคมขนส่ง			
1. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย	3.17	.64	ปานกลาง
2. มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.23	.59	ปานกลาง
3. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.47	.60	ปานกลาง
4. มีเรือข้ามฟากบริการรับส่งหลายท่า	2.46	.69	น้อย
รวม	3.08	.49	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่งในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.08$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูดจังหวัดตราดอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อและระดับน้อย 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.47$ ) มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.23$ ) และมีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.17$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีเรือข้ามฟากบริการรับส่งหลายท่า ( $\bar{X} = 2.46$ )

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ จำแนกรายข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการบริการ			
1. พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.65	.71	มาก
2. มีรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างไว้คอยรับส่งนักท่องเที่ยวรอบเกาะ	2.82	.67	ปานกลาง
3. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต	3.74	.60	มาก
4. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน	3.72	.65	มาก
5. มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่น่าประทับใจ	3.72	.66	มาก
6. มีการให้บริการติดต่อของห้องพักล่วงหน้าแก่นักท่องเที่ยว	4.07	.63	มาก
7. มีการให้คำแนะนำเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว	3.35	.57	ปานกลาง
8. มีบริการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รอบเกาะ	3.43	.60	ปานกลาง
9. มีบริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะอย่างทั่วถึง	3.77	.63	มาก
10. มีบริการรถเช่าให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	2.80	.53	ปานกลาง
รวม	3.50	.41	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 6 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการติดต่อของห้องพักล่วงหน้าแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.07$ ) มีบริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะอย่างทั่วถึง ( $\bar{X} = 3.77$ ) และพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต ( $\bar{X} = 3.74$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการรถเช่าให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 2.80$ )



ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกรายข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ (n = 400)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการประชาสัมพันธ์			
1. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว	2.68	.63	ปานกลาง
2. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์	4.24	.84	มาก
3. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุและโทรทัศน์	3.64	.95	มาก
4. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	2.40	.70	น้อย
รวม	3.29	.62	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ระดับปานกลาง 1 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ ( $\bar{X} = 4.24$ ) ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุและโทรทัศน์ ( $\bar{X} = 3.64$ ) และท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.86$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา ( $\bar{X} = 2.40$ )

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด 5 ด้าน โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผล ดังตาราง 8 – 18

**ตาราง 8** ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ชาย (n = 182)		หญิง (n = 281)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.27	.44	3.37	.48	-2.271	.02*
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.25	.40	3.34	.47	-2.137	.03*
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	3.05	.47	3.11	.50	-1.300	.19
4. ด้านการบริการ	3.47	.39	3.53	.43	-1.418	.16
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.31	.65	3.26	.58	0.876	.38
รวมทุกด้าน	3.31	.29	3.37	.31	-1.995	.04*

\*P < .05

จากตาราง 8 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.08	.04	.20	.82
	ภายในกลุ่ม	397	85.48	.21		
	รวม	399	85.57			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	.71	.35	1.82	.16
	ภายในกลุ่ม	397	77.30	.19		
	รวม	399	78.01			
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1.29	.64	2.76	.07
	ภายในกลุ่ม	397	92.94	.23		
	รวม	399	94.23			
4. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.02	.01	.06	.94
	ภายในกลุ่ม	397	66.66	.16		
	รวม	399	66.68			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.633	.31	.83	.44
	ภายในกลุ่ม	397	151.00	.38		
	รวม	399	151.63			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.21	.10	1.19	.30
	ภายในกลุ่ม	397	35.21	.08		
	รวม	399	35.43			

จากตาราง 9 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.56	.18	.87	.45
	ภายในกลุ่ม	396	85.01	.21		
	รวม	399	85.574			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	.45	.15	.76	.51
	ภายในกลุ่ม	396	77.56	.19		
	รวม	399	78.01			
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	3	1.63	.54	2.33	.07
	ภายในกลุ่ม	396	92.59	.23		
	รวม	399	94.23			
4. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.46	.82	5.07	.02*
	ภายในกลุ่ม	396	64.21	.16		
	รวม	399	66.68			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.99	.33	.87	.45
	ภายในกลุ่ม	396	150.63	.38		
	รวม	399	151.63			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	.33	.11	2.05	.10
	ภายในกลุ่ม	396	35.09	.08		
	รวม	399	35.43			

จากตาราง 10 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลการเปรียบเทียบดังตาราง 11

**ตาราง 11** ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	ด้านการบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.13	3.51	3.56	3.42
ต่ำกว่า 20 ปี	3.13		*	*	*
20 – 30 ปี	3.51				
31 – 40 ปี	3.56				*
40 ปีขึ้นไป	3.42				

\*P < .05

จากตาราง 11 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 30 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปีกับอายุ 40 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.06	.02	.09	.96
	ภายในกลุ่ม	396	85.51	.21		
	รวม	399	85.57			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	1.19	.39	2.05	.11
	ภายในกลุ่ม	396	76.82	.19		
	รวม	399	78.01			
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	3	1.76	.58	2.51	.06
	ภายในกลุ่ม	396	92.46	.23		
	รวม	399	94.23			
4. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.32	.44	2.66	.04*
	ภายในกลุ่ม	396	65.36	.16		
	รวม	399	66.68			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.60	1.20	3.21	.02*
	ภายในกลุ่ม	396	148.03	.37		
	รวม	399	151.63			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	.23	.07	.87	.46
	ภายในกลุ่ม	396	35.19	.08		
	รวม	399	35.43			

จากตาราง 12 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการคมนาคมขนส่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลการเปรียบเทียบดังตาราง 13 - 14

**ตาราง 13** ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ด้านการบริการ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา , ปวช	อนุปริญญา , ปวส	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.73	3.40	3.49	3.52
ประถมศึกษา	3.73				
มัธยมศึกษา , ปวช	3.40				
อนุปริญญา , ปวส	3.49				
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.52				

จากตาราง 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ด้านการประชาสัมพันธ์	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา , ปวช	อนุปริญญา , ปวส	ปริญญาตรีขึ้นไป
	$\bar{X}$	2.88	3.37	3.22	3.32
ประถมศึกษา	2.88		*	*	*
มัธยมศึกษา , ปวช	3.37				
อนุปริญญา , ปวส	3.22				
ปริญญาตรีขึ้นไป	3.32				

\*P < .05

จากตาราง 14 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวช. ระดับการศึกษาประถมศึกษากับอนุปริญญา ปวส. และระดับการศึกษาประถมศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ



ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว  
เกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.20	.10	.46	.62
	ภายในกลุ่ม	397	85.37	.21		
	รวม	399	85.574			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	.55	.27	1.42	.24
	ภายในกลุ่ม	397	77.46	.19		
	รวม	399	78.01			
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	2	2.82	1.41	6.13	.02*
	ภายในกลุ่ม	397	91.41	.23		
	รวม	399	94.23			
4. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.40	.20	1.20	.30
	ภายในกลุ่ม	397	66.27	0.16		
	รวม	399	66.68			
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.27	1.13	3.02	.05
	ภายในกลุ่ม	397	149.35	.37		
	รวม	399	151.63			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.18	.09	1.01	.36
	ภายในกลุ่ม	397	35.25	0.08		
	รวม	399	35.43			

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี \*P < .05

จากตาราง 15 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการคมนาคมขนส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลการเปรียบเทียบดังตาราง 16

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	ด้านการคมนาคมขนส่ง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	2.99	3.06	3.22
ต่ำกว่า 10,000 บาท		2.99		*
10,000 – 20,000 บาท		3.06		
20,000 บาทขึ้นไป		3.22		

\*P < .05

จากตาราง 16 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ด้านการคมนาคมขนส่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด สรุป อภิปราย และ ได้ข้อเสนอแนะผลการวิจัย ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในปี 2554 จำนวน 25,608 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด, 2554 : 5)

##### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเทียบขนาดของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (checklist)

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้จำนวน 400 ตัวอย่าง และตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้รับแบบสอบถามคืนครบ 400 ฉบับ คิดเป็น 100%

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผล และวิเคราะห์หาค่าต่างๆ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด รวม 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด รวม 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบค่า t-test จำแนกตาม สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way – ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significance Difference)

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต จังหวัดตราด จำนวน 400 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 สถานภาพโสด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 อายุ 20-30 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านการคมนาคมขนส่ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านการบริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด 5 ด้าน โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

3.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด

จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน ตามลำดับ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการคมนาคมขนส่ง สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาะกูดมีความสวยงาม ความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าศึกษา และเกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ท้องถิ่นที่สวยงาม ทั้งนี้เนื่องมาจากเกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม อุดมสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว และยังมีการพัฒนาหรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับแนวคิดของ (สำราญ เมฆวรวิฑู. 2550 : 16) ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประทับใจ ซึ่งสภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 :บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด โดยมีทักษะคติต่อการท่องเที่ยวเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทักษะคติต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดด้านทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และระดับปานกลาง 5 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการน้ำดื่ม และน้ำใช้ที่สะอาด มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาด และเพียงพอ และมีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเช่น โทรทัศน์ วิทยุ ทั้งนี้เนื่องมาจากมีการปรับปรุง พัฒนาระบบการสื่อสาร การคมนาคมและสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับแนวคิดของ (สำราญ เมฆวรวิฑู. 2550 :16) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในรูป

การตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมีดังนี้

- 1) ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง
- 2) ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3) สถานบริการ เช่นร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำสาธารณะ
- 4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากพัฒนาระบบการสื่อสารการคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : 44) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด โดยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ด้านการคมนาคมขนส่ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และมีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันการเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะกูดมีความสะดวกรวดเร็ว และมีความปลอดภัยในการเดินทางไปท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางหลายวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความรวดเร็ว ความสะดวก และความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับแนวคิดของ (สำราญ เมฆวรรุติ. 2550 : 16) ได้กล่าวถึง การขนส่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด โดยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง

1.4 ด้านการบริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 6 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการติดต่อของห้องพักล่วงหน้าแก่นักท่องเที่ยว มีบริการท่องเที่ยวรอบเกาะอย่างทั่วถึง และพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งนี้เนื่องจาก มีการจัดฝึกอบรม พัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ทำให้พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเต็มใจ และสุภาพอ่อนโยน จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความประทับใจและรู้สึกอยากกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับแนวคิดของ สාරวย เมฆวรรุฒิ (2550 : 16) ได้กล่าวถึงการต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมาภรณ์ คงเจริญกาย (2548 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่องานด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสริมสกุล เสรีจกิจ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราดอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ระดับปานกลาง 1 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุ และโทรทัศน์ และท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องมาจาก มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของเกาะกูดอย่างต่อเนื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการร่วมมือกันประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจในการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับแนวคิดของสාරวย เมฆวรรุฒิ (2550 : 16) ได้กล่าวว่า การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การค้าเป็นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวจากธุรกิจไปสู่ นักท่องเที่ยว และปรับแนวคิดระหว่างธุรกิจกับชุมชนให้สอดคล้องกัน จึงเป็นการสร้างความเข้าใจ



อันดีและความศรัทธาให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนภา จันทร์ตรี (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด 5 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อภิปรายผลดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนรินทิพย์ ศรีชัย (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริการโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนรินทิพย์ ศรีชัย (2551 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อทำการศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ พบว่า ปัจจัยจำแนกตามอายุในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่ต่างกัน

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี ศิล โกเศศศักดิ์ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษามูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจตุตศเขาใหญ่รีสอร์ทแอนสปา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเหตุจูงใจด้านโรงแรมโดยรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณารายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเหตุจูงใจด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ โบราณสถาน โบราณวัตถุไม่ให้เสื่อมโทรม พร้อมกับอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สวยงามไว้ จะส่งผลให้ระดับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจเพิ่มมากขึ้น
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรพัฒนาและปรับปรุงบริการ Social network ให้พร้อมรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และแผ่นป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ควรชัดเจนและเหมาะสม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในเกาะ
3. ด้านการคมนาคมขนส่งควรมีการเพิ่มท่าเรือและรอบเรือไว้บริการนักท่องเที่ยวให้มากกว่าที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะกูดในช่วงเทศกาลตามสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเกาะกูดมากขึ้น ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ควรมีเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะกูดโดยเฉพาะ เพื่อบริการให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปศึกษาข้อมูลต่างๆ ก่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความต้องการและการมีส่วนร่วมของประชาชนในเกาะกูด เกี่ยวกับการพัฒนาเกาะกูดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน
2. ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อความต้องการที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ
3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

### บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). ความหมายของการท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.mots.go.th>.
- การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด. (2554). ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวเกาะหมากและเกาะกูด 2554. ตราด : สำนักงาน.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2555-2559. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://61.19.236.137/tourism/th/home/detail.php?id=2415>.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550). การวางแผนและพัฒนารตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนิสรา ครุจิรานวัฒน์. (2546). เจตคติของผู้ประกอบการด้านที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ในเขตภาคกลางของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ. (2552). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชิคาร์ตัน คีรี. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- นพรัตน์ อาจเอี่ยม. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเดือนป่าสักดี จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- นภา จันทร์ตรี. (2545). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด. ภาคนิพนธ์. ศศ.ม. (การจัดการชุมชน). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นรินทร์พิศ ศรีชัย. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการ

- การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
 นิรันดร ทัพไชย. (2550). **กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี :  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตา ชัชกุล. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.  
 นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ : แมคกรี-ฮิล.  
 บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น  
 บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์  
 ดีไซน์ จำกัด.
- ปฐมลักษณ์ สุวชาณิชย์. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ  
 ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บข.ม. (การบริหารธุรกิจ).  
 พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรีศนีย์ หาญสมศรี. (2549). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวใน  
 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการ). ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.  
 พิบูล ทีปะपाल. (2545). **หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่21**. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์  
 กราฟฟิค.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). **ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ  
 การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด**. สารนิพนธ์ บข.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :  
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). “ศักยภาพของไทยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักร  
 ระยะยาว,” ใน รายงานการวิจัย. หน้า 18. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- มาลินี ปิ่นแก้ว. (2552). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว  
 ภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์)  
 เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. (2550). “โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2551-2554,”  
 ใน รายงานการท่องเที่ยวไทย. หน้า 50. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ. (2547). **แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว  
 ชาวต่างชาติ**. การค้นคว้าอิสระ รม.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.  
 ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). **การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. (ออนไลน์).

- สมกมล พวงพรหม. (2546). **ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร**. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมาภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ลำราย เมฆวรรุฒิ. (2550). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์. (2547). **มูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมจูลิตศเภาใหญ่รีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยวไทย**. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. (เอกสารประกอบการสอน). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสริมสกุล เสรีกิจ. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุดม เขยกีวงศ์ และคณะ. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- Bjork, P. (2000). "Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of unique tourism," **International Journal of Tourism Research**. 2(1) : 189-202.
- Crompton L. (1979). "Motivations for pleasure vacation," **Annals of Tourism Research**. 6 (1) : 408 - 424.
- Dann G., 1977. "Anomie, ego – enhancement and tourism," **Annals of Tourism Research**. 4 (1) : 184 – 194.
- Ealine, Ruth. (1984). "Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York," **Dissertation Abstracts International**. 44(10) : 1120 – 1128A.
- Goossens Cee. (2000). "Tourism Information and Pleasure Motivation," **Annals of Tourism Research**. 27 (2) : 301-321.
- Jang, SooCheong and Wu, Chi-Mei Emily. (2006). "Senior Travel Motivation and the Influential Factors: An Examination of Taiwanese Seniors," **Tourism Management**. 27 (1) : 306-316.
- Klenosky D. (2002). "The pull of tourism destinations: a means-end investigation," **Journal of Travel Research**. 40 (1) : 385-395.

Krejeic, Robert V., and Morgan, Daryle W. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities," **Educational and Psychological Measurement**. 30 (30) : 607-610.

Mullins, Luarie J. (1985). **Management and Organizational Behavior**. London : Pimean.

Uysal, M and Hagan, L.A.R. (1993). **Motivation of pleasure travel and tourism**.

New York : Van Nostrand Reinhold.

Weaver, D. (2001). "Ecotourism as mass tourism: Contradiction or reality," **Cornell Hotel Restaurant Administrative Quarterly**. 42 (2) : 104-113.

Wolman, Benjamin B. (1993). **Dictionary of Behavioral Science**. New York : Van Nostrand Reinhold.

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี





ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ก  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. อาจารย์ณรงค์ อนุพันธ์ รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา  
คณะวิทยาการจัดการ
2. อาจารย์ ดร.ชุตินาญจน์ ศรีวิบูลย์ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
3. นายมนตรี มะลิข่อย เจ้าของกิจการ เอสบีซีรีส์อร์ท  
เกาะกูดจังหวัดตราด

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาคผนวก ข  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

---

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  และเติมลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

(1.) ชาย

(2.) หญิง

2. สถานภาพ

(1.) โสด

(2.) สมรส

(3.) หม้าย/หย่าร้าง

3. อายุ

(1.) ต่ำกว่า 20 ปี

(2.) 20 – 30 ปี

(3.) 31 – 40 ปี

(4.) 40 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

(1.) ประถมศึกษา

(2.) มัธยมศึกษา, ปวช.

(3.) อนุปริญญา, ปวส.

(4.) ปริญญาตรีขึ้นไป

5. รายได้ต่อเดือน

(1.) ต่ำกว่า 10,000 บาท

(2.) 10,000 – 20,000 บาท

(3.) 20,000 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างด้านขวามือที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและ  
ใกล้เคียงความรู้สึกของท่านเองมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านมาเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าสนใจ					
2. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สวยงาม					
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาะกูดมีความสวยงาม ความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว					
4. มีสินค้า และของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อไว้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
5. มีร้านอาหารสำหรับบริการให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและพอเพียง					
6. มีร้านค้าตั้งอยู่ในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว					
7. มีการให้บริการน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด					
8. มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาด และเพียงพอ					
9. มีสื่อประชาสัมพันธ์การเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน					
10. มีแผ่นป้าย/สัญลักษณ์ต่าง ๆ ชัดเจน เหมาะสม					
11. มีการบริการ Social network ให้แก่นักท่องเที่ยว					
12. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					

ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านมาเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านการคมนาคมขนส่ง					
13. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย					
14. มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
15. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
16. มีเรือข้ามฟากบริการรับส่งนักท่องเที่ยวหลายท่า					
ด้านการบริการ					
17. พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
18. มีรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างไว้คอยรับส่งนักท่องเที่ยวรอบเกาะ					
19. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต					
20. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน					
21. มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่นำประทับใจ					
22. มีการให้บริการติดต่อจองห้องพักล่วงหน้าแก่นักท่องเที่ยว					
23. มีการให้คำแนะนำเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว					
24. มีบริการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รอบเกาะ					
25. มีบริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะอย่างทั่วถึง					
26. มีบริการรถเช่าให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
27. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว					
28. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์					
29. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุ และ โทรทัศน์					
30. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา					

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี





ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตาราง 17 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

ด้าน	ค่าอำนาจจำแนก
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจ</b>	
1. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าสนใจ	0.74
2. เกาะกูดมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สวยงาม	0.66
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาะกูดมีความสวยงาม ความสมบูรณ์น่าท่องเที่ยว	0.32
4. มีสินค้า และของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อไว้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	0.34
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>	
5. มีร้านอาหารสำหรับบริการให้กับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและพอเพียง	0.32
6. มีร้านค้าตั้งอยู่ในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	0.35
7. มีการให้บริการน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด	0.40
8. มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาด และเพียงพอ	0.32
9. มีสื่อประชาสัมพันธ์การคัดค้านักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน	0.24
10. มีแผ่นป้าย/สัญลักษณ์ต่าง ๆ ชัดเจน เหมาะสม	0.49
11. มีการบริการ Social network ให้แก่นักท่องเที่ยว	0.25
12. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	0.32
<b>ด้านการคมนาคมขนส่ง</b>	
13. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย	0.44
14. มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.46
15. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.60
16. มีเรือข้ามฟากบริการรับส่งนักท่องเที่ยวหลายท่า	0.42

ตาราง 17 (ต่อ)

ด้าน	ค่าอำนาจจำแนก
ด้านการบริการ	
17. พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	0.25
18. มีรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างไว้คอยรับส่งนักท่องเที่ยวรอบเกาะ	0.25
19. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต	0.31
20. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน	0.34
21. มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่น่าประทับใจ	0.25
22. มีการให้บริการติดต่อบริการห้องพักนักท่องเที่ยว	0.36
23. มีการให้คำแนะนำเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว	0.32
24. มีบริการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รอบเกาะ	0.51
25. มีบริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะอย่างทั่วถึง	0.51
26. มีบริการรถเช่าให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	0.50
ด้านการประชาสัมพันธ์	
27. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว	0.56
28. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์	0.55
29. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากวิทยุ และ โทรทัศน์	0.33
30. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	0.37

**ตาราง 18** ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.80
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.67
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	0.59
4. ด้านการบริการ	0.65
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.57
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ	0.89



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวหนึ่งฤทัย ศิลาอาสน์
วัน เดือน ปีเกิด	3 สิงหาคม 2529
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดตราด
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 204 หมู่ 1 ตำบลหนองคันทรอง อำเภอเมือง จังหวัดตราด
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 204 หมู่ 1 ตำบลหนองคันทรอง อำเภอเมือง จังหวัดตราด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. (ช่างก่อสร้าง) วิทยาลัยเทคนิคตราด จังหวัดตราด
พ.ศ. 2550	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปวส. (ช่างก่อสร้าง) วิทยาลัยเทคนิคตราด จังหวัดตราด
พ.ศ. 2553	วิทยาศาสตรบัณฑิต วท.บ. (การจัดการอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ. 2555	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี