

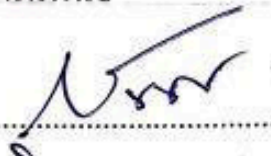
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหารระดับต้น
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤศจิกายน 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

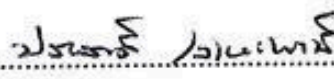
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

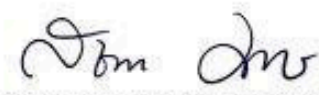
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์



..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.อักรกิตต์ พัฒนสัมพันธ์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

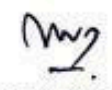

..... ประธาน
(ดร.อักรกิตต์ พัฒนสัมพันธ์)


..... กรรมการ
(ดร.ประสงค์ เล่าหะพงษ์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนิ เมธิโยธิน)


..... กรรมการ
(ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมิตีให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำช่วยตอบคำถามให้ความรู้เกี่ยวกับเกะถ้าน รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดี ขอขอบคุณคณาจารย์ ดร.อักรกิตต์ พัฒนสัมพันธ์ ที่ได้แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา ดร.เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ ที่ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือด้านสถิติ ขอขอบพระคุณประธานและกรรมการสอบ ดร.ประสงค์ เลาหะพงษ์ ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง ดร.อักรกิตต์ พัฒนสัมพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ และเจ้าของงานวิชาการต่าง ๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข

57750120: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บธ.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, เกาะล้าน, นักท่องเที่ยวชาวจีน

ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (FACTORS THAT AFFECT TRAVEL BEHAVIOR OF CHINESE TOURISTS TRAVELING TO KOH LARN, CHONBURI PROVINCE)

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์, ปร.ค., 125 หน้า, ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจและความพึงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน 3) เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูล จำนวน 400 จากนักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 20 ถึง 29 ปี สถานภาพสมรส การศึกษา ปวส./อนุปริญญา ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 24.80 รายได้ 10,000-20,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพกับ รายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน ช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคม-มีนาคม ช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคม-ธันวาคม ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากเพื่อน การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายน-มิถุนายน ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคม-กันยายนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายน-มิถุนายน การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยวของประเทจีน ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน แตกต่างกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน หาดที่ชื่นชอบมากที่สุด ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ส่วนอัตราค่าที่พักต่อคืน อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน การได้รับส่วนลดราคาจากที่พัก การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ แตกต่างกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

57750120: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE;
M.B.A. (BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORD: TRAVELLING BEHAVIOR/KOH LARN/CHINESE TOURISTS

SIRIRAT THIMCHAROENSUK: FACTORS THAT AFFECT TRAVEL
BEHAVIOR OF CHINESE TOURISTS TRAVELLING TO KOH LARN, CHONBURI
PROVINCE. THESIS ADVISOR: AKARAKRIT PATTANASUMPAN, PH.D., 125 P.2016

The objectives of this research were to 1) study the travelling behavior of Chinese tourists who travelled at Koh Larn, Chonburi province; 2) study factors affecting decision and satisfaction of Chinese tourists who travelled at Koh Larn, Chonburi Province; and 3) explore methods in stabilizing the tourism development for future income by using the result of this research. The sample was 400 Chinese tourists. The data were collected by survey research method. The results of this research suggested that most of the respondents were female, married, aged between 20 and 29 years old, and held a high vocational certificate, business owner, and earned an average monthly income between 10,000 and 20,000 baht.

The Results of the hypotheses test are as follows:

- 1) Personal factors including gender, age, education, occupation had a different effect on the travelling behavior. However, personal factors including marital status and monthly income had no effect on the travelling behavior of Chinese tourists.
- 2) Most Chinese tourists travelled in January to March, and October to December.
- 3) Chinese tourists who received tourism information of Koh Larn from their friends, and from the travel agency had no impact on the travelling behavior.
- 4) Travelling periods from April to June and from July to September had an impact on the travelling behavior of Chinese tourists.
- 5) Chinese tourists' will to return to travel at Koh Larn had an impact on the travelling behavior.
- 6) The Chinese tourists' preferences on most preferable beach, satisfaction of natural environment, and discount receiving had no impact on the travelling behavior.

7) The Chinese tourists' preferences on accommodation rate, travel expenses, hotel discounts, and services had an impact on the travelling behavior.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	9
แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล.....	22
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ.....	25
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	42
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	42
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล.....	45
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ.....	49
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน.....	61
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน.....	83
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	86
ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	87
ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	87
ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	87
ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน ของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	87
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	89
อภิปราย.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	91
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	96
ภาคผนวก ก	97
ภาคผนวก ข	109
ภาคผนวก ค.....	114
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... 42
4-2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... 43
4-3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส..... 43
4-4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... 44
4-5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... 44
4-6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.. 45
4-7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่วทองเที่ยวเกาะล้าน..... 45
4-8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ช่วงเดือนใดที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วทองเที่ยวเกาะล้าน..... 46
4-9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน..... 46
4-10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง / คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย..... 47
4-11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่วทองเที่ยวเกาะล้าน..... 47
4-12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวที่วทองเที่ยวเกาะล้าน..... 48
4-13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหาดที่ชื่นชอบมากที่สุด..... 49
4-14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน..... 49
4-15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราราคาที่พุดต่อคืน..... 50
4-16	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าใช้จ่ายในการมาที่วทองเที่ยวเกาะล้าน..... 50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับส่วนลดราคาจากที่พัก.....	51
4-18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม.....	51
4-19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ.....	52
4-20 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว.....	52
4-21 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	54
4-22 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านผลิตภัณฑ์.....	55
4-23 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านราคา.....	57
4-24 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	58
4-25 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการบริการ.....	59
4-26 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ.....	61
4-27 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	61
4-28 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ.....	62
4-29 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-30	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	63
4-31	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้.....	64
4-32	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน.....	65
4-33	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม.....	66
4-34	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน.....	67
4-35	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน.....	68
4-36	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม.....	69
4-37	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน.....	70
4-38	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-39 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามการได้รับข้อมูลการทำงานที่เกี่ยวข้องจากเพื่อน.....	72
4-40 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามการได้รับข้อมูลการทำงานที่เกี่ยวข้องจากบริษัททัวร์.....	73
4-41 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามการได้รับข้อมูลการทำงานที่เกี่ยวข้องจากเพื่อน.....	74
4-42 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามความต้องการกลับมาทำงานที่เกี่ยวข้อง.....	75
4-43 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามหาที่ขึ้นชอบมากที่สุด.....	76
4-44 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน.....	77
4-45 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามอัตราค่าที่พักต่อคืน.....	78
4-46 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามอัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน.....	79
4-47 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามการได้รับส่วนลดราคาจากที่พัก.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-48	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม..... 81
4-49	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ..... 82
4-50	ตารางสรุปสมมติฐาน..... 83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไทย (หน่วย : ล้านคน).....	2
1-2 Index เปรียบเทียบการเติบโตระหว่าง GDP per capita และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวไทย ของชาวจีน (หน่วย : ร้อยละนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ) และสัดส่วนหนี้ครัวเรือน ต่อ GDP ของชาวจีน (หน่วย : ร้อยละต่อGDP).....	3
2-1 หาดตาแหวน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	9
2-2 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	14
2-3 หาดตาแหวน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	15
2-4 หาดนวล เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	16
2-5 หาดแสม เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	17
2-6 หาดเทียน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	18
2-7 หาดตาข่าย เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	19
2-8 จุดชมวิว.....	20
2-9 จุดชมวิว.....	20
3-1 ตาราง Krejcie and Morgan.....	35

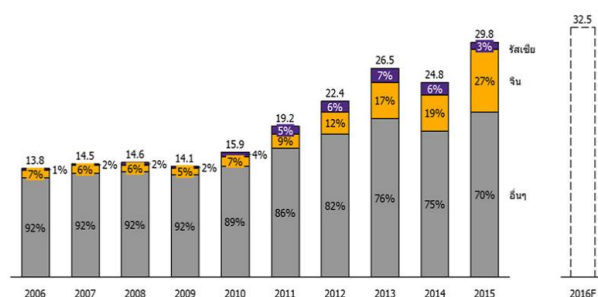
บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศที่มีแหล่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่าง มุ่งกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านหนึ่งของการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลับไปกับการพัฒนาประเทศในทุก ๆ มิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงต่างได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นหลักที่ให้ความสำคัญอย่างสูง ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดีทรัพยากรธรรมชาติต่างก็ จะมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ มีข้อได้เปรียบในทางการแข่งขันและความสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคงประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนกลไกหลักของเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2559 เพื่อเป็นแผนการดำเนินหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผลการดำเนินการอาจจะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ ก็พบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้ นั่นคือการสะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and tourism competitiveness index) ของ World economic forum หรือ WEF โดยในปี พ.ศ. 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและ การท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทยรองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

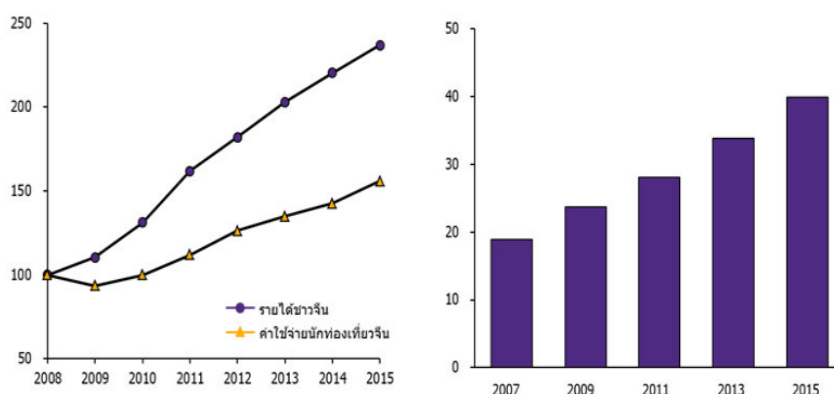
การท่องเที่ยวไทยจะยังคงโดดเด่นมีความเจริญเติบโตอย่างมากในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเติบโต 9% นำโดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้เศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงจะไม่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาไทย เนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ขยายตัวโดยเฉพาะเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่แพงและเพิ่มขึ้น ในอัตราช้ากว่ารายได้ การท่องเที่ยวของกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่ได้รับผลกระทบจากราคาหลักทรัพย์ปรับตัวลดลงรุนแรง ภาคการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2559 จะเติบโตต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะขยายตัว 9% นำโดยนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งมีการใช้จ่ายต่อหัวสูงขึ้นมากในปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวต่างชาติสร้างรายได้ให้กับไทยมากถึง 2.23 ล้านล้านบาท จากปริมาณที่เพิ่มขึ้นถึง 20% ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 29.8 ล้านคน ดังภาพที่ 1-1 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีจำนวนมากถึง 7.9 ล้านคน หรือเติบโต 71% จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2559 อีไอซีประมาณค่าว่าธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะยังคงเติบโตได้ดีจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นปัจจัยสนับสนุนหลักให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งสวนทางกับจำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียที่ยังคงมีแนวโน้มลดลง โดยในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางเข้ามาไทยมากถึง 1.7 ล้านคน แต่ลดลงเหลือเพียง 0.9 ล้านคนในปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มขึ้นจะช่วยชดเชยรายได้ที่ลดลงไปจากนักท่องเที่ยวรัสเซียได้มาก เนื่องจากคุณภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงขึ้น โดยการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเพิ่มขึ้นจาก 4,425 บาท ในปี พ.ศ. 2555 เป็น 5,748 บาท ในปี พ.ศ. 2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแล้ว สนามบินได้มีการขยายความจุเพื่อรองรับผู้โดยสารได้มากขึ้น ยังมีสนามบินภูเก็ตที่มีแผนจะเปิดให้บริการในเดือนพฤษภาคมปีนี้ ซึ่งการขยายสนามบินทั้ง 3 แห่งนี้จะทำให้ไทยสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพิ่มขึ้นถึง 20.5 ล้านคนต่อปี (ลภัส อัครพันธ์, 2559)



ภาพที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไทย (หน่วย: ล้านคน)

(กรมการท่องเที่ยว, 2555)

เศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวไม่กระทบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาไทย เนื่องจากไทยยังมีจุดแข็งในด้านราคาในปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามามากที่สุดในโลก โดยเดินทางเข้ามาไทยมากขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ เป็นไปตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ของชาวจีนที่ขยายตัวสูงตามเศรษฐกิจที่เติบโตเฉลี่ยปีละ 11% ในช่วงปี พ.ศ. 2554 ถึงปี พ.ศ. 2557 ปัจจุบันเศรษฐกิจจีนมีแนวโน้มชะลอตัวลง และเงินหยวนมีทิศทางอ่อนค่าลง รวมไปถึงการลดลงอย่างรุนแรงของตลาดหลักทรัพย์ในจีน ได้สร้างความกังวลว่าจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาไทย เมื่อพิจารณารายได้ต่อหัวของชาวจีนที่เพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ดังภาพที่ 1-2 จำนวนผู้มีรายได้ปานกลางในจีนเพิ่มขึ้นอย่างมาก รวมถึงสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของชาวจีนที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ดังภาพที่ 1-2 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการใช้จ่ายได้อย่างมาก และเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไทยที่ไม่ได้แพงนักและเพิ่มขึ้นในอัตราช้ากว่ารายได้ ดังนั้น การที่เศรษฐกิจชะลอตัวลงแต่ยังเติบโตในระดับสูงราว 6% ถึง 7% จึงจะไม่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมาไทยลดลง ในทางกลับกันอาจจะได้ประโยชน์จากการที่ผู้มีรายได้สูงได้รับผลกระทบจากราคาหลักทรัพย์ที่ลดลงและหันมาท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าใช้จ่ายถูกลงอีกด้วย (ลภัส อัครพันธ์, 2559)



ภาพที่ 1-2 Index เปรียบเทียบการเติบโตระหว่าง GDP Per Capita และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวไทยของชาวจีน (หน่วย: % นักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ) และสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของชาวจีน (หน่วย: % ต่อ GDP) (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

เกาะล้านได้รับการขนานนามว่าหมู่เกาะปะการัง ชื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างรู้จักว่าเป็นหมู่เกาะแห่งนี้อุดมสมบูรณ์ไปด้วยปะการังนานาชนิดและหมู่เกาะล้าน ยังมีเกาะครกและเกาะ

สาธกเป็นเกาะบริวาร จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการดำน้ำชมปะการัง หรือแสวงหาหาดทรายที่ขาวบริสุทธิ์อีกทั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครเพียง 2 ชั่วโมง จึงทำให้นักท่องเที่ยวมาเยือนที่นี่ถึงวันละกว่า 5,000 คน เกาะล้าน ตั้งอยู่ห่างจากฝั่งเมืองพัทยา เพียง 7.5 กิโลเมตร มีพื้นที่บนเกาะโดยรวมประมาณ 3,500 ไร่ ลักษณะเกาะรูปทรงคล้าย ห้าเหลี่ยมด้านไม่เท่ามีความยาวจากทิศเหนือจรดทิศใต้ รวม 4.65 กิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดของเกาะ 2.15 กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาถึงร้อยละ 90% มีสภาพเป็นป่าเบญจพรรณที่ค่อนข้างสมบูรณ์ และมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม และหาดส่วนตัวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพักผ่อน ที่หลากหลาย คือหาดตาแหวนเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวมากที่สุด มีหาดทรายขาวละเอียดแนวหาดโค้งยาวมากที่สุด 750 เมตร นักเที่ยวกลุ่มที่ชื่นชอบหาดนี้เป็นพิเศษ เพราะนอกจากกิจกรรมหลักคือว่ายน้ำแล้ว หาดตาแหวนยังเต็มไปด้วยกิจกรรมทางน้ำที่โลดโผน เช่น เรือลากกล้วย กิจกรรมยอดฮิต หรือจะเป็นเจ็ตสกีที่ผาดโผน ทำท่ายแรงคลื่นและแขวงเกาะล้านได้มีหุ่นล้อมรอบ แบ่งเขตการเล่นน้ำ กับบริเวณการจับเรือไว้อย่างชัดเจนเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ เป็นที่ตั้งของที่ทำการแขวงเกาะล้าน หน่วยงานราชการที่ดูแลนักท่องเที่ยวและจัดระเบียบการปกครองบนเกาะล้าน ที่มีหน่วยรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยมีเรือยนต์ตรวจการณ์ 2 ลำ ที่คอยสอดส่องดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวหากประสบอุบัติเหตุ (ที่ทำการแขวงเกาะล้าน, 2559) ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและจูงใจผู้เยี่ยมชมและนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวเกาะล้านอีกในครั้งต่อไป อันจะเป็นการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบริเวณเกาะล้านมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังมีส่วนช่วยสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลให้บรรลุผลตามเป้าหมายได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี เพื่อจะได้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและการบริการของธุรกิจท่องเที่ยวเกาะล้านมากน้อยเพียงใดและมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์ที่จะดึงดูดผู้เยี่ยมชมรวมทั้งการพัฒนาและปรับปรุงเกาะล้านต่อไปเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและความต่อเนื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการค้าสินค้าและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
4. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต

สมมติฐานของการวิจัย

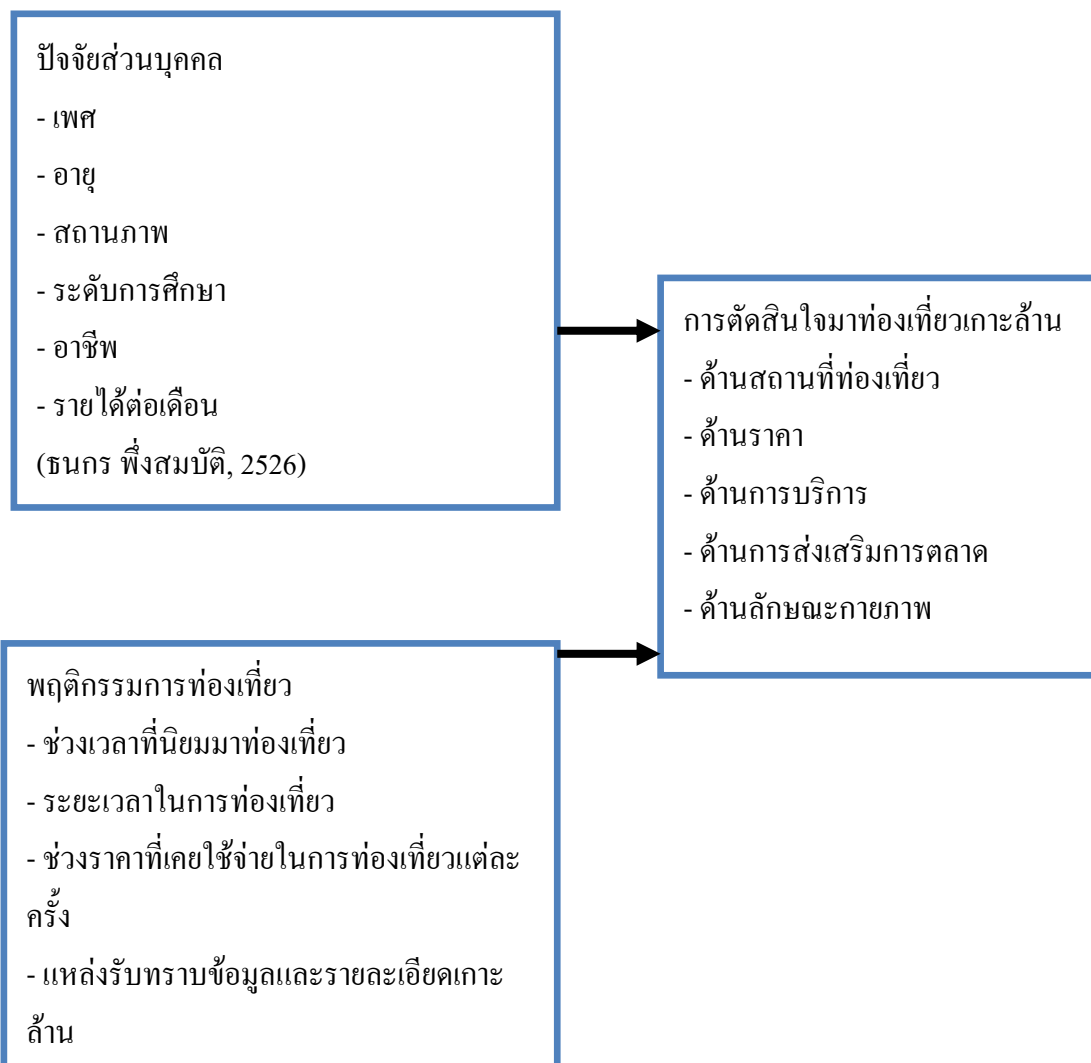
จากกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาตั้งสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
2. สภาพแวดล้อมในการใช้เหตุผลมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
3. ความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งจะเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้พัฒนาการท่องเที่ยวและบริการเกาะล้าน
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถเป็นหนทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และพัฒนาเกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนตลอดไป
3. ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-3 กรอบแนวความคิด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้านในเดือนกรกฎาคม จำนวน 400 คน และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครจซี และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย จำแนกเป็นตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 สถานภาพ

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.5 อาชีพ

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

1.2 ปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล

1.2.1 ช่วงเวลาที่นิยมมาท่องเที่ยว

1.2.2 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

1.2.3 ช่วงราคาที่เคยใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

1.2.4 แหล่งรับทราบข้อมูลและรายละเอียดเกะล้าน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 การตัดสินใจมาเที่ยวเกะล้าน

2.1.1 ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว

2.1.2 ปัจจัยด้านราคา

2.1.3 ปัจจัยด้านการบริการ

2.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2.1.5 ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นอาจจะสังเกตการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกไปท่องเที่ยวเกะล้าน โดยใช้ปัจจัยหลาย ๆ อย่างในการเลือกมาท่องเที่ยวเกะล้าน

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ที่อยู่อาศัยประจำไปอีกสถานที่หนึ่งชั่วคราวและเดินทางกลับสถานที่เดิม

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนเกิน 24 ชั่วโมง และพักแรมที่ใดที่หนึ่งชั่วคราว ได้ท่องเที่ยวอยู่ในเกาะล้าน ช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559

เกาะล้าน หมายถึง เกาะทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยาสถาสามารถมองเห็นเกาะล้านได้ชัดเจน เพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่นิยมมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ช่วงราคาที่เคยใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แหล่งรับทราบข้อมูลและรายละเอียดเกาะล้าน

การตัดสินใจมาท่องเที่ยวเกาะล้าน ประกอบด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะกายภาพ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
2. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล
3. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-1 หาดตาแหวน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

1. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรม โดยมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เลือกมุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของสังคมเป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจ ในเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ

2.1 การท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และ โบราณวัตถุ ในท้องถิ่นที่มีประวัติศาสตร์ความรับผิดชอบต่อบุคคลในท้องถิ่นต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้และความเข้าใจต่อสภาพสังคม วัฒนธรรม มีความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/ village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and entertainment tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่เล่นกีฬาตามความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส ตกปลา ฟุตบอล เป็นต้น โดยมีความเพลิดเพลินและความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความรู้ใหม่และประสบการณ์ที่มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการและการอนุรักษ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการพักผ่อน สุกสนานรื่นเริง บันเทิงใจที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม ปลอดภัยและเพื่อสุขภาพ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Business and convention tourism) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจ้ดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจ้ดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-tour) โดยการจ้ดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ที่ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 ถึง 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ไม่มีการศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ถูกจ้ดให้เป็นการท่องเที่ยวหรือ ทั้ง 4 ประเภท อาจแบ่งระดับการท่องเที่ยวได้ 4 แบบ ที่ต้องการการจัดการที่ต่างกัน คือ

4.1 การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรให้คงไว้นานที่สุด ครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมหรือรวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ในสมัยปัจจุบัน การท่องเที่ยวเหล่านี้ควรจ้ดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งครอบคลุม Natural, Cultural tourism และ Historical tourism ทั้งหมด

4.2 การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการรักษาระบบนิเวศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้น ๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ มุ่งเน้นการศึกษาเรียนรู้ ระบบนิเวศ

4.3 การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุมสัมมนา การติดต่อธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี ดังเดิม

ข้อมูลทั่วไปของเกาะล้าน

เกาะล้าน นั้นเรียกได้ว่าเป็นเกาะในอ่าวไทย ตั้งอยู่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งตั้งอยู่ในแนบขนานกับหาดพัทยา ห่างจากชายฝั่งเมืองพัทยาเพียง 7 กิโลเมตร ทั้งยังเป็นเกาะที่ไม่ไกลจากชายฝั่งมากนัก และมีวิวและบรรยากาศที่สวยงาม ทั้งยังสามารถนั่งเรือไปเที่ยวแบบ ไปเช้าเย็นกลับก็ได้ หรืออาจจะเลือกพักบนเกาะกับที่พักให้เลือกมากมาย รองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งไทยและต่างประเทศ นักท่องเที่ยว ชอบมาเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น เรือลาก เรือสกี ดำน้ำดูปะการัง เพราะจุดเด่นของเกาะคือหาดทรายขาว และเป็นสถานที่ที่น้ำทะเลใสสะอาดน่าเล่น

เกาะล้าน อยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยาจะสามารถมองเห็นเกาะล้าน ได้ชัดเจน เพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยทางเรือเร็ว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที หมู่เกาะล้านแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในนามว่า “หมู่เกาะปะการัง” เพราะอุดมไปด้วยปะการังนานาชนิด เป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์ โดยมีเกาะครกและเกาะสากเป็นบริวาร (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

ลักษณะภูมิประเทศ

เกาะล้าน ส่วนที่ยาวที่สุดประมาณ 4.65 กิโลเมตร กว้างประมาณ 2.15 กิโลเมตร รูปทรงเป็นห้าเหลี่ยมด้านไม่เท่า สภาพภูมิประเทศเป็นภูเขาประมาณร้อยละ 90 ของพื้นที่ มีสภาพป่าค่อนข้างอุดมสมบูรณ์พืชพรรณที่ขึ้นอยู่มีความหลากหลายของชีวภาพของป่าเบญจพรรณ และสมุนไพรหายาก ด้านสัตว์ป่า พบกระรอกเผือก ที่เป็นสัตว์ป่าที่หายากอาศัยอยู่จำนวนมาก (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงมกราคม

การคมนาคม

1. โดยรถยนต์ส่วนตัว

จากเมืองพัทยาให้วิ่งรถตามถนนสุขุมวิทผ่านพัทยาเหนือถึงพัทยากลางถึงพัทยาใต้ มาเรื่อยจนมาเจอแยกเข้า "พัทยาใต้" ก็เลี้ยว มาแล้วตรงตามทางมาเรื่อยจนมาเจอกับแยกไฟแดงแรกก็ให้เลี้ยวซ้ายวิ่งมาเรื่อยพอเห็นสะพานทางยกระดับ ก็วิ่งขึ้นสะพานมาเลย ลงสะพานมาอีกนิดก็จะมาเจอท่าเรือ เลี้ยวขวาหาที่จอดรถที่จอดรถมี 2 จุด คือ

1.1 ที่ท่าเรือมีลานจอดรถอยู่ จอดฟรี แต่ที่จอดรถกันได้ไม่เยอะ นัก แถมยังออกแบบสำหรับเป็นที่จอดรถบัส

1.2 ฝั่งตรงข้ามกับท่าเรือมีที่รับฝากรถอยู่ให้มองหาตึกสีฟ้า แล้ววิ่งรถเข้ามาที่ข้างตึกได้เลยคิดค่าบริการวันละ 40 บาท ถ้าจอดค้างคืนไว้ก็ 80 บาท

2. รถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ ขึ้นรถบัสได้ที่สถานีขนส่งเอกมัยช่องขายตัวของ บริษัท รุ่งเรือง จะอยู่ข้าง ๆ ประตู สังเกตว่าเป็นช่อง หมายเลข 48 สถานีขนส่งหมอชิต 2 มี คิวรอให้บริการอยู่ บอกเขาว่าไปท่าเรือบาลีฮาย หรือบอกไปท่าเกาะล้านก็ได้ ค่ารถโดยสารประมาณ 30 บาท ข้อมูลเรื่องรถเพิ่มเติม โทรสอบถามจาก บริษัท รุ่งเรือง มีจุดลงรถได้ 2 ที่ เอกมัย 0-2712-3928 หมอชิต 2 0-2936-3509 พัทยา 0-3842-9877

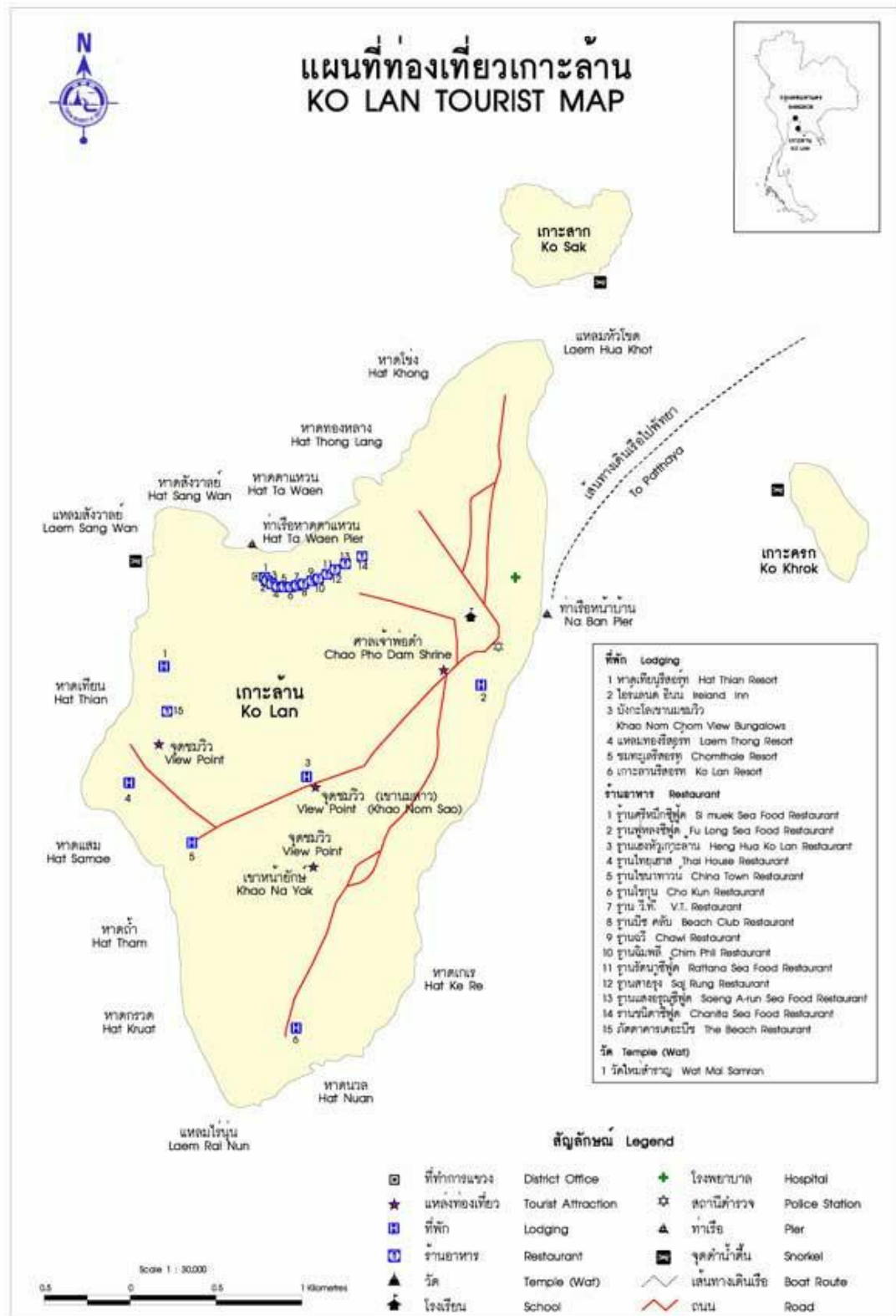
3. โดยรถตู้

ขึ้นที่หน้าโรงแรมเซ็นจูรี่ อนุสาวรีย์ชัยฯ ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง รถจะมาส่งที่ท่าเรือแหลมบาลีฮาย ค่ารถตู้คนละ 150 บาท มีรถออกกันทุกชั่วโมง ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 20.00 น. สอบถาม โทร 0-8637-4569-5, 0-8670-3677-9

- จากท่าเรือแหลมบาลีฮายไปเกาะล้าน
- ท่าเรือแหลมบาลีฮาย มี เรือเมล์ ให้บริการ ค่าเรือคนละ 30 บาท ใช้เวลาเดินทาง

45 นาที

- ตารางเวลาเดินเรือจากแหลมบาลีฮาย พัทยาถึงเกาะล้าน ท่าเรือหน้าบ้าน
- เทียวไป 7.00 น. 10.00 น. 12.00 น. 14.00 น. 15.30 น. 17.00 น. 18.30 น.
- เทียวกลับ 6.30 น. 7.30 น. 9.30 น. 12.00 น. 14.00 น. 17.00 น. 18.00 น.
- ตารางเวลาเดินเรือจากแหลมบาลีฮาย พัทยาถึงเกาะล้าน ท่าเรือหาดตาแหวน
- เทียวไป 8.00 น. 9.00 น. 11.00 น. 13.00 น.
- เทียวกลับ 13.00 น. 14.00 น. 15.00 น. 16.00 น.



ภาพที่ 2-2 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวเกาะลัน จังหวัดชลบุรี (คู่มือเที่ยวเกาะลัน, 2559)

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน

1. หาดตาแหวน



ภาพที่ 2-3 หาดตาแหวน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

หาดตาแหวน หาดนี้น้ำใสมาก นักท่องเที่ยวเยอะมากถึงเยอะที่สุด ใครมาเกาะล้านไม่มาหาดตาแหวนกลับบ้านไปเพื่อน ๆ อาจจะไม่เชื่อเอาได้ จุดเด่นของหาดนี้คือ ความใสของน้ำทะเล และหาดที่ยาว 750 เมตร ปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม หาดตาแหวนอยู่ตอนเหนือของเกาะ หาดมีความยาวประมาณ 750 เมตร มีความสวยงามทางธรรมชาติมาก เพราะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดและน้ำทะเลใสสีคราม ปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม อีกทั้งมีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกตั้งเรียงรายตลอดแนวชายหาด มีจุดเด่น: สิ่งอำนวยความสะดวกครบ พื้นที่กว้างขวาง เดินทางไปมาสะดวก ครึกครื้น มีกิจกรรมทำให้ไม่เบื่อ และข้อเสีย: คนค่อนข้างเยอะ ยิ่งในช่วง Hi-Season นักท่องเที่ยวจะเยอะมากที่ชายหาดนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

2. หาดนวล



ภาพที่ 2-4 หาดนวล เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี(คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

อยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์เป็นของเอกชน สภาพสิ่งแวดล้อม ชายหาดเป็นปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่นี่ มากนัก มีจุดเด่นคือบรรยากาศเงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน แต่สามารถลงเล่นน้ำได้ และข้อเสีย คือ ทรายในบริเวณนี้ไม่ค่อยสวยงาม

3. หาดแสม



ภาพที่ 2-5 หาดแสม เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะ เป็นหาดทรายยาวประมาณ 700 เมตร มีโขดหินและพื้นป่าที่ค่อนข้างมีโขดหินและพื้นป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ มีความสวยงาม เงียบสงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและการเล่นน้ำ มีน้ำทะเลสีครามและหาดทรายที่ขาวสะอาด ปัจจุบันมีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรวม อีกทั้งยังเป็นสถานที่ตั้งของอาคารปลากระเบนที่สามารถควบคุมการผลิตไฟฟ้าด้วยกังหันลมและโซลาร์เซลล์ ทำให้ได้รับความสนใจทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเข้ามาศึกษาดูงานในการใช้พลังงานทดแทนในสถานที่ดังกล่าวอยู่เป็นประจำ จุดเด่น พื้นที่กว้างขวาง บรรยากาศดี ลมเย็น คนน้อย ไม่พลุกพล่าน มีน้ำทะเลสีครามและหาดทรายที่ขาวสะอาด ปัจจุบันมีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรวม ทั้งปลูกต้นไม้สร้างลานอเนกประสงค์อาคารร้านค้าร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน รวมถึงเส้นทางสัญจรที่สามารถเดินทางไปมาได้อย่างสะดวก จึงเป็นชายหาดอีกแห่งหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อนเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะชาวต่างชาติแถบยุโรป อีกทั้งยังเป็นสถานที่ตั้งของอาคารปลากระเบน สำหรับควบคุมการผลิตไฟฟ้าด้วยกังหันลมและโซลาร์เซลล์ ทำให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเข้ามาศึกษาดูงานการใช้พลังงานทดแทนในสถานที่ดังกล่าวอยู่เป็นประจำ

4. หาดเทียน



ภาพที่ 2-6 หาดเทียน เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

เป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมีความยาวของหาดประมาณ 500 เมตร หาดเทียนเป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมี อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามเงียบสงบไม่แพ้หาดตาแหวน แต่หาดนี้มีพื้นที่ขนาดเล็ก จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว
จุดเด่น: เป็นชายหาดที่สะอาดมาก ๆ น้ำใสไหลเย็น มีชื่อเสียง: ของกินมีให้เลือกน้อย เดินทางไปลำบาก ระยะทางไกล

5. หาดตาชาย



ภาพที่ 2-7 หาดตาชาย เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

สำหรับ หาดนวลอยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์เป็นของเอกชน สภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดเป็นปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากนัก จุดเด่น บรรยากาศเงียบสงบ ไม่ค่อยมีคน แต่สามารถลงเล่นน้ำได้ ข้อเสีย ทราบในบริเวณนี้ไม่ค่อยสวยงามหาดตาชายเป็นหาด ๆ หนึ่งที่อยู่ปลายเกาะล้านเลย อีกทั้งยังเป็นหาดที่เล็กมาก ขนาดที่ว่าเราสามารถเดินจากฝากฝากหนึ่งไปอีกฝากหนึ่งได้ในไม่กี่นาที

กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิว



ภาพที่ 2-8 จุดชมวิว (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)



ภาพที่ 2-9 จุดชมวิว (คู่มือเที่ยวเกาะล้าน, 2559)

1. ดำน้ำ ชมปะการัง เกาะสาก

พร้อมอุปกรณ์ดำน้ำและน้ำดื่มและผลไม้ กิจกรรมนี้ใช้เวลา 1 ถึง 2 ชั่วโมง ใช้เรือใหญ่ 2 ชั้น มีสไลเดอร์ท้ายเรือ มีบริการลือคเกอร์เก็บของขณะดำน้ำ

- 1.1 มี 3 รอบ 9.00 น./ 12.00 น./ 14.00 น.
- 1.2 ราคา 200 บาท
2. ตกปลาหมึก พร้อมอุปกรณ์ตกปลา
 - 2.1 บริการด้วยเรือใหญ่ พร้อมน้ำดื่มและผลไม้ทานฟรี
 - 2.2 ปลาอย่าง หมึกย่างและซาซิมิรสเด็ด
 - 2.3 โชว์การลงอวนจับปลาหมึก พร้อมประกอบอาหาร
 - 2.4 เรือออก 18.30 น. กลับ 23.00 น.
 - 2.5 ราคา 400 บาท
3. ตกปลา ดำน้ำ ชมปะการัง พร้อมอุปกรณ์ตกปลาและอุปกรณ์ดำน้ำ ใช้เวลา 3 ชั่วโมง
 - 3.1 บริการด้วยเรือใหญ่ พร้อมน้ำดื่มและผลไม้ทานฟรี
 - 3.2 ดำน้ำชมปะการังพร้อมสนุกกับสไลเดอร์ท้ายเรือ
 - 3.3 ตกปลาทะเลพร้อมอุปกรณ์
 - 3.4 เรือออก 2 เที่ยว 9.00 น. และ 12.00 น.
 - 3.5 ราคา 500 บาท
4. ชมปะการังใต้น้ำ แบบ Sea walker

เป็นอีกกิจกรรมที่มีคนนิยมกันมากในการชมปะการังใต้น้ำที่เกาะล้าน โดยไม่จำเป็นต้องว่ายน้ำเป็นก็ชมได้ แต่ก็ยังเป็นการที่เที่ยวที่มีโอกาสจะไปรบกวนธรรมชาติได้ค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวไม่ควรไปเหยียบหรือทำให้ปะการังหักแตก หรือจับ อาจจะมีผลกระทบต่อระบบนิเวศได้ ถ้าใครสนใจทำกิจกรรมนี้ก็ฝากเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติกันด้วยครับ เชื่อว่าผู้ประกอบการแต่ละท่านก็คงอยากจะมีปะการังให้ชมไปอีกนาน ๆ

 - 4.1 ราคาค่าบริการ 700 บาท/ คน
5. เรือกล้วย หรือบานาน่าโบ๊ท

ที่เกาะล้าน ราคาและข้อปฏิบัติในการเล่น บานาน่าโบ๊ท (Banana boat) หรือที่ชาวไทยเรียกกันติดปากว่า เรือกล้วย กิจกรรมอีกอย่างหนึ่งบนเกาะล้าน ที่ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากสามารถเล่นได้หลายท่าน ราคาไม่แพง

 - 5.1 600 ถึง 1,000 บาท ต่อครั้งชั่วโมง
 - 5.2 สามารถเล่นได้สูงสุด 5 ท่านต่อรอบ
6. เรือลากร่ม (Panasailing) 300 บาท ต่อ 1 ท่าน
7. เรือเจ็ทสกี (Jetski) 1000 บาท ต่อ 1 ท่าน ต่อ 1 รอบครึ่งชั่วโมง
8. โดนัท (Donut boat) 300 บาท ต่อ 1 ท่าน 15 นาที

9. สกีลาก (Ski) 200บาท ต่อ 1 ท่าน 15 นาที
10. พายเรือคายัก (Kayak boat) 300 บาท ต่อ 1 ท่าน
11. มอเตอร์ไซค์เช่า 300 บาท

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล

การใช้เหตุผล คือ กระบวนการทางความคิดที่พยายามแสดงข้อสรุปควรเป็นที่ยอมรับ หรือทำให้ผู้ฟังมีความเชื่อถือ เพราะมีเหตุผลหรือหลักฐานที่ดีมาสนับสนุน นอกจากนี้ยังต้องอธิบาย เหตุผลให้คนอื่นเข้าใจและยอมรับ โดยใช้เหตุผลเป็นหลักสำคัญ

อธิบายว่า การอ้างเหตุผล คือ การใช้ข้อความหนึ่งออกมาจากข้อความหนึ่ง โดยมี จุดประสงค์เพื่อชวนให้เชื่อหรือเพื่ออธิบายให้เข้าใจ โดยมีเกณฑ์ตัดสินว่าถูกหรือผิด

ทฤษฎีปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล

การใช้เหตุผลในด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เหตุผลต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจ มาท่องเที่ยว ในพื้นที่นั้นมีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 1.1 รายได้ของประชากร รายได้ครัวเรือน
 - 1.2 ความคุ้มค่าในการเดินทางการใช้จ่ายเงินการแลกเปลี่ยนเงินตรา
 - 1.3 กลุ่มเศรษฐกิจ ความคุ้มค่าในการเดินทางของประเทศใกล้เคียง
 - 1.4 นโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ทั้งมหภาคและจุลภาค
2. ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 2.1 ความแปลกใหม่เหมือนหรือแตกต่าง ทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี คติธรรม
 - 2.2 ปัญหาโสเภณีเด็กและการใช้แรงงานเด็ก ปัญหาสังคมต่าง ๆ
 - 2.3 ปัญหายาเสพติด ปัญหาผู้ค้ายาเสพติดปริมาณผู้ติดยา
 - 2.4 ปัญหาความปลอดภัยในร่างกายชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การก่อการร้าย ความปลอดภัยในทรัพย์สิน
 - 2.5 การแบ่งแยก และเหยียดสีผิว ความแตกแยก
3. ปัจจัยทางการเมืองที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 3.1 สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่นิ่ง มีความวุ่นวาย
 - 3.2 นโยบายของรัฐบาล การส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 3.3 เสถียรภาพทางการเมืองและเสถียรภาพความต่อเนื่องในการบริหารของรัฐบาล

4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 4.1 ภูมิประเทศ ลักษณะทางกายภาพต่าง ๆ
 - 4.2 ทรัพยากรธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ
 - 4.3 ภูมิอากาศ ฤดูร้อน ฤดูหนาว สวดยาม เกิดภัยธรรมชาติ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
5. ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 5.1 โครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยว สะดวกสบายรวดเร็ว ถนนหนทาง มีสายการบินบินตรงราคาถูก การส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดต่าง ๆ
 - 5.2 การพัฒนาและให้บริการเดินทางและคมนาคมขนส่ง มีสายการบินต้นทุนต่ำ มีการพัฒนาเครื่องบินให้ชนคนได้มากขึ้น พัฒนาเครือข่ายพาหนะให้มีความเร็วสูง ความสะดวกในการเดินทาง การให้ข้อมูลการเดินทาง
 - 5.3 การให้ข้อมูลข่าวสารการเดินทางท่องเที่ยว คำแนะนำและประกาศของรัฐบาล
 - 5.4 การบริการนำเที่ยว การจัดโปรแกรมทัวร์
 - 5.5 การบริการมัคคุเทศก์ครบถ้วนการให้บริการที่มีมิตรภาพที่ดี
 - 5.6 ระบบบริการให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
 - 5.7 การบริการสินค้า และของที่ระลึก ของฝาก
 - 5.8 มาตรฐานการให้บริการของพนักงาน การบริการที่สร้างความพึงพอใจ
 - 5.9 การให้บริการด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีอาหารฮาลาล และห้องละหมาด ให้ชาวมุสลิม
6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 6.1 ความสวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 6.2 แหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว
 - 6.3 ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาค
 - 6.4 ความอยากรู้อยากเห็นและเข้าไปมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรม กิจกรรมการแสดง การชื่นชมศิลปพื้นเมือง
 - 6.5 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นที่สุดเป็นที่ยอมรับ เช่น มีมรดกโลก มีสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เจดีย์ที่สูงที่สุดในประเทศ เป็นต้น
7. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่
 - 7.1 การเข้าถึงระบบข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว
 - 7.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ

7.3 บุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

7.4 การประกาศ/เตือนนักท่องเที่ยว (Travel advisory)

8. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

8.1 การกำหนดราคาสินค้า/ การเปรียบเทียบราคา/ราคาค่าโดยสารเครื่องบินถูกลง

8.2 ช่องทางการนำเสนอขายแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

8.3 การประชาสัมพันธ์สินค้าทางการท่องเที่ยว

8.4 การติดตามประเมินผลทางการตลาดการท่องเที่ยว

8.5 นโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้คนเดินทางท่องเที่ยว

9. ปัจจัยด้านข้อจำกัดของผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

9.1 การศึกษา

9.2 วัน เวลาว่าง

9.3 รายได้

9.4 บุคลิกภาพ

9.5 อายุ สุขภาพ

9.6 อิทธิพลของคนใกล้ชิด ผู้นำความคิด ครอบครัว

9.7 การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

9.8 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางครอบครัว

สรุปเหตุผลการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้น จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปในการเลือกรูปแบบของการเดินทางตามความมุ่งหวัง ซึ่งถือว่าเป็นวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวในการเดินทางด้วยเหตุนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความเจริญเติบโต เนื่องจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจะกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ การท่องเที่ยวไว้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาด และการท่องเที่ยวของประเทศ

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

สมิธ (Smith, 1966, p. 115 อ้างถึงใน World Tourism Organization, 2004) กล่าวว่า ความพึงพอใจในความหมายของพจนานุกรมด้านจิตวิทยา คือ ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามกระบวนการที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น หรือความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุลความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมียุทธผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

พิทักษ์ ทรุษิม (2538) อธิบายว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ ความมั่นคงในงานรายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น

จิรวินัย เดชจรัสศรี (2538) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่มี 2 แบบ คือ ความรู้สึกบวกและความรู้สึกลบ ความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่ดีจะทำให้เกิดความสุขจึงทำให้เกิดความพึงพอใจ สร้างความภูมิใจในสิ่งที่กระทำ

จากความหมายความพึงพอใจสรุปได้ว่า คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ซึ่งอาจมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีความพึงพอใจ

ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow) ได้ให้แนวคิดที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory of human motivation) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์โดยตั้งสมมติฐานว่ามนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอไม่มีสิ้นสุด ก็จะเกิดขึ้นมาอีกความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำสุดไปหาสูงสุดซึ่งแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนคือ (พยางค์ศักดิ์ นามวรรณ, 2537)

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการเพื่อความ ต้องการให้ตอบสนองแก่ร่างกายและเพื่อการมีชีวิตอยู่เช่นความต้องการอาหารน้ำความต้องการ ทางเพศ เป็นต้น
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการความมั่นคง ทางด้านเศรษฐกิจสังคมและงาน
3. ความต้องการทางด้านสังคมและความรัก (Belongings and love needs) เป็นความ ต้องการความยอมรับนับถือการมีชื่อเสียงและรู้สึกว่าคุณค่าต่อผู้อื่น
4. ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ (Esteem needs) เป็นความต้องการยอมรับนับถือการมี ชื่อเสียงการมีความเชื่อมั่นในตนเองและรู้สึกตนเองมีคุณค่า
5. ความต้องการทำตนให้ประจักษ์ (Need self-actualization) เป็นความต้องการขั้น สูงสุดของมนุษย์หลังจากได้รับการตอบสนองในด้านอื่น ๆ แล้วความต้องการที่จะประสบ ความสำเร็จในชีวิตและการทำงานการรู้สึกว่าการที่ทำงานที่มีความสำคัญงานท้าทายความสามารถของ ตนเอง

ดังนั้นความพึงพอใจนั้นจะเกิดจากความต้องการขั้นต้น คือ ความต้องการทางด้าน ร่างกายของมนุษย์จำเป็นที่จะต้องได้รับอย่างสมบูรณ์เสียก่อนมนุษย์จึงจะเกิดความต้องการในขั้น ต่อ ๆ จนกระทั่งถึงขั้นที่ 5 คือ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิตและความปรารถนาของ ตนเองซึ่งเป็นขั้นที่มีอยู่เฉพาะบางคนเท่านั้นที่จะทำได้หรือสามารถถึงขั้นนี้ได้เท่านั้น

ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย ของคำว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ มีดังนี้ คำว่า “ความพึงพอใจ” (Satisfaction) ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การประเมินความสามารถ ของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตรงกับความต้องการอย่างต่อเนื่อง ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการเป็น 2 ฝ่าย

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์ซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจการกระทำที่เป็นผล เนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังการซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ในการวิจัยการตลาด ที่เน้นแนวทางพฤติกรรม

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่าง เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการในระยะเวลาหนึ่ง” ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกที่เกิดขึ้นจากการประเมิน ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกเกินความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการได้ว่า กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในการให้บริการที่ได้รับจนพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งหนึ่ง ความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทได้ดังนี้ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2547)

1. องค์การบริการ พยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอ บริการที่เหมาะสม เพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตต้องพึ่งพา การบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ อำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง สิ่งที่ต้องจัดการจะบริการ เช่น ความสะดวกสบายต่าง ๆ อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง รวมถึงข้อมูลที่ได้รับความคิดเห็นต่อการบริการ

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทั้งในสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน ความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป ทำให้อาชีพ บริการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสอง ลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของ การบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านความ สะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรม การแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการต่อผู้รับบริการ

ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย และการปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยไม่ตรีจิต มนุษย์สัมพันธ์ การประสานงาน ของการบริการที่แท้จริง

ดังนั้นความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยสิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแผนแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับคามคาดหวังของบุคคลจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง ที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลสามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้ อย่างทันทีทันใดนอกจากความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของผลสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้แนวทางในการบริการองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งในการให้บริการเป้าหมายสำคัญของบริการ คือ การ สร้างความพึงพอใจในการให้บริการ มิลเลท (Millet, 1954) อธิบายว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการของหน่วยงานของรัฐว่าควรพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน โดยที่คนทุกคนเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่ตรงเวลาจะสร้างความไม่พึงพอใจให้กับผู้รับบริการ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดคามพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อไรก็ได้
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) เป็นสิ่งสำคัญต่อการทำงานของบุคคลและเป็นบทบาทที่สำคัญของผู้นำหรือผู้บริหารในการจัดหรือบริหารงาน

อธิบายว่า การเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่งจากทางเลือก 2 เลือกหรือมากกว่า

กิบสัน และอิวาน เซวซิช (Gibson & Ivancevich อ้างถึงใน ศรีณย์ คำจินดา, 2553) อธิบายว่าเป็นกระบวนการสำคัญขององค์กรที่ผู้บริหารจะต้องทำบนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์กรพฤติกรรมบุคคลและกลุ่มในองค์กร การสื่อสารร่วมกัน ร่วมกันตัดสินใจ

ทฤษฎีในการตัดสินใจ

ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร (Management process) ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การการบริหารงานบุคคลการอำนาจและการควบคุม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปว่า ถึงจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดก็ตาม แต่ถ้าขาดการตัดสินใจที่ดีแล้วยากที่จะทำให้การบริหารองค์การสู่ความสำเร็จได้ การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ 4 ประการ (ศรีณย์ คำจินดา, 2553) ดังนี้

1. การตัดสินใจเป็นเครื่องวัดความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เป็นผู้บริหารใน แสดงความรู้ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีกว่าผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารต้องมีเหตุผลมีหลักการ มีเจตคติและวิจารณญาณที่ดีกว่าเหมาะสม
2. การตัดสินใจมักเป็นวิธีที่นำไปสู่เป้าหมาย องค์กรผู้บริหารควรตระหนักเสมอว่า การตัดสินใจไม่ใช่เป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง แต่เป็นวิธีแนวทางและเครื่องมือที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ และแนวทางปฏิบัติที่หลากหลาย เป็นขั้นตอนที่กระทำตามมา การตัดสินใจการกำหนดแนวทางวิธีการที่ดีที่ หลากหลายและสร้างสรรค์ จะนำไปให้องค์การสู่ความสำเร็จได้
3. การตัดสินใจเป็นเหมือนสิ่งสำคัญขององค์กร การตัดสินใจที่ดีก็เหมือนกับคนเรามีสมองและ ระบบประสาทที่ดีก็จะทำให้ตัวเราประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ถ้าเป็นการตัดสินใจที่ดีก็จะต้องมีสมองขององค์กรที่ดี จึงจะทำให้้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ผู้บริหารที่ดีจะต้องกระตือรือร้น มุ่งการแก้ไข ปัญหาอยู่ตลอดเวลา
4. การตัดสินใจปัญหาเป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหาในอนาคต ในทฤษฎีการตัดสินใจทั่วไป มองว่าเป็น การแก้ไขปัญหาคือปัญหาเชิงพัฒนาเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสนใจเป็นการมองโดยใช้วิสัยทัศน์ (Vision) กำหนดภาพอนาคต (Scenario) ไว้พร้อมกำหนดทางเลือกเพื่อ

แก้ปัญหาในแต่ละภาพนั้น ดังนั้นผู้บริหารต้องเตรียมการที่จะคิดวางแผนความคาดหวังกลยุทธ์การ
แข่งขันสู่ความเป็นเลิศ สามารถมีอำนาจต่อรองกับคู่แข่งได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของ
ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการแต่ละ
บุคคลมีความแตกต่างกัน ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ (ศรีชัย คำจินดา, 2553)

1. ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการ
แสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบ
ต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษคติ การรับรู้

1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา ความจำเป็น ความต้องการ และ
ความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความ
ต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้น
ของความจำเป็นในการใช้สินค้าหรือบริการ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้าน
ร่างกายหรือจิตใจขึ้นบุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้น ๆ เราอาจจะ
กล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุค
ใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)

1.2 แรงจูงใจ เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่
รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆขยายตัว
หรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งเป็น
เรื่องที่สำคัญที่เราต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภคเพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจใน
การซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

1.3 บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความ
เชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ ระยะยาวและแสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนด
รูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองใน
รูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือ
ตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นที่มีความเป็น ตัวเองสูง ในขณะที่
ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมี
ลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

1.4 ทักษคติ เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล
โดยที่ทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดังนั้นเมื่อเราต้องการให้บุคคลใด ๆ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งต้องใช้ความเข้าใจความพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

1.5 การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

1.6 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้นหากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างคงที่ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

2.1 สภาพเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2.2 ครอบครัว การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรม บุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

2.3 สังคมกลุ่มสังคมรอบ ๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่ากระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วย รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคม ที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

2.4 วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติ มาเพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2.5 การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆก็จะมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand contact)

2.6 สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำ

สรุปปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญโดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาทิต อิทธิศิริเวทย์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีผลการวิจัยดังนี้ ปัจจัยด้านบวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ วัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตไทยเป็นปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยด้านบวกของประเทศที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์มากที่สุด วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ พักผ่อน ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ระหว่างการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ การท่องเที่ยวหรือค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวและค่าสถานที่พักผ่อน รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ขนส่ง ตามลำดับ

รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ (2553) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี มีผลวิจัยดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท ต่อเดือนและ 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยว แต่ประสบปัญหาในการสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวก จึงมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงถนน

สุชาติสินี ชวนไชยะกุล (2553) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลการวิจัยดังนี้ เพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การมีอิทธิพลต่อการใช้สื่อด้านอินเทอร์เน็ตในระดับมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2 วัน ช่วงเวลาที่ใช้ในการเที่ยวคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ สถานที่พักผ่อน คือ รีสอร์ท ผลการทดสอบ พบว่า 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ ทางด้านกายภาพและสรีระศาสตร์ ด้านสังคมมิตรภาพระหว่างบุคคล ด้านความบันเทิง

อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีผลการวิจัยดังนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็น และมีสถานภาพสมรส มีอาชีพ พนักงานบริษัท โดยเดินทางมากับบริษัททัวร์ มีวัตถุประสงค์ต้องการมาพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวประทับใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 47.8 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการท่องเที่ยว จำนวน 4,001-6,000 หยวน สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุด คือ จิวเวลรี่ ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 ในเวลาในการมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง ส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดตามเทศกาล รองลงมาระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ 3 โดยนิยมพักค้างคืนที่โรงแรม และนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 ปัจจัยในด้านลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

Hodson (1999) พบว่า ปัจจัยส่วนตัวและสภาพแวดล้อมมีผลต่อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนตัวดังกล่าว คือ แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกการเฉพาะในการเดินทางไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมทาง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วม และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ

Perrett (2007) พบว่า ระดับของความน่าดึงดูดหรือแรงจูงใจแบบดึงดูดยังคงถือว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาไทย อาจเป็นเพราะไทยมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายกว่า เช่น ชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) โดยวิธีเชิงสำรวจ (Survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยดังนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน โดยเป็นการคำนวณประชากรจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้านในช่วงปี พ.ศ. 2554 ถึงปี พ.ศ. 2558 ตามลำดับดังนี้ ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 826,660 คน ปี พ.ศ. 2555 จำนวน 777,508 คน ปี พ.ศ. 2556 จำนวน 1,122,219 คน ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 1,721,247 คน ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 2,789,345 คน รวมทั้งสิ้นได้ประชากรจำนวน 7,236,979 คน ซึ่งเมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยจะได้จำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 1,447,396 คน ที่เป็นเป้าหมายการวิจัย ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวมาเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวต่อปี
2554	826,660
2555	777,508
2556	1,122,219
2557	1,721,247
2558	2,789,345

จากนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบโอกาส หรือไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) จากการที่ได้ค้นคว้าข้อมูลสถิติ ได้ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา

ห้องที่วหมู่เกาะประมาณ 1,447,396 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ตาราง Krejcie and Morgan ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนเท่ากับ 400 คน โดยจะทำการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวนดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการตอบคำถาม โดยไม่เลือกกลุ่มเยาวชนที่มากับผู้ปกครอง เนื่องจากอาจตอบคำถามในบางประเด็นได้ไม่ชัดเจน

ตารางที่ 2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

(ที่มา : Robert V. Krejcie and Eayle W. Morgan. 1970 อ้างใน ริ้วผลิ เอกษฎล, 2543)

ภาพที่ 3-1 ตาราง Krejcie and Morgan (เพชรรวดิ จงประดับเกียรติ, 2559)

วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลตามสถานที่การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง (Sampling technique) ผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิชนิดสัดส่วน (Proportional stratified sampling) โดยแยกคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว เพื่อสุ่มตัวอย่างซึ่งการกระจาย ครอบคลุมพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี คิดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถามสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงปริมาณ) ได้ทำการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญโดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. ดร.อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์
2. ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์
3. ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ

4. ดร.เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี

เมื่อตรวจสอบและทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้วทำการหาค่า Try out 30 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อเป็นการทดสอบค่าความเชื่อมั่น

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดแล้วศึกษารายละเอียดของตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้มีความครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (Documentary analysis) ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการการมีส่วนร่วมด้านท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ เพื่อที่จะได้เข้าใจข้อมูลเบื้องต้นซึ่งจะช่วยปูพื้นฐานการทำความเข้าใจในการวิเคราะห์และตีความข้อมูลต่าง ๆ โดยแหล่งข้อมูลเอกสารดังกล่าว ได้แก่ เอกสารท้องถิ่น เอกสารทางราชการ งานวิจัย สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ หนังสือ วารสาร และจุลสาร ตลอดจนสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำการวิจัย เพื่อให้สามารถตรวจสอบความเป็นไปได้ (Plausibility) และความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลได้

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามโดยกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัย

ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิดโดยแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นการเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน ท่านมากับใคร ช่วงเดือนใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน ระยะเวลาในการที่ท่านใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านจำนวน ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากแหล่งใด ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านอีกหรือไม่ ท่านชอบหาดใดมากที่สุด ท่านพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะหรือไม่ ท่านได้ทำกิจกรรมใดบ้างบนเกาะล้านท่านพึงพอใจกับที่พักหรือไม่ ท่านได้อัศจรรย์ราคาที่พักคืนละเท่าไร อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านครั้งนี้ ท่านได้รับส่วนลดราคาจากที่พักหรือไม่ ท่าน

ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มหรือไม่ การบริการของผู้ประกอบการและพนักงาน
บริการมีความสะดวกและรวดเร็วหรือไม่ รวมจำนวน จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน จำนวน 18 ข้อ

มาตรวัดของลิเคอร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว
โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 = เห็นด้วยมาก

คะแนน 3 = เห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 2 = เห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 = เห็นด้วยน้อยสุด

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต กำหนดช่วงของการวัด
ดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}$$

จำนวนชั้น

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

$$= 0.80$$

โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูลใช้วิธีของ Likert scale แบบจำแนกแต่ละ
ช่วงย่อยต่างกัน แบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยทำการกำหนดช่วงของการวัดได้ดังนี้ (ศิริชัย
พงษ์วิชัย, 2552)

ระดับ 5 คะแนนตั้งแต่ 4.21 ถึง 5.00 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับ 4 คะแนนตั้งแต่ 3.41 ถึง 4.20 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วยมาก

ระดับ 3 คะแนนตั้งแต่ 2.61 ถึง 3.40 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 คะแนนตั้งแต่ 1.81 ถึง 2.60 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วยน้อย

ระดับ 1 คะแนนตั้งแต่ 1.00 ถึง 1.80 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วยน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เมื่อได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการในมหาวิทยาลัยบูรพา เข้าพบและแนะนำตัวกับผู้อำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ รายละเอียดการวิจัยและขอความร่วมมือในการทำวิจัย
2. ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากหัวหน้าอุทยานเกาะล้าน เพื่อเข้าพบกลุ่มตัวอย่างและขออนุญาตแจกเอกสารชี้แจงข้อมูล/ คำแนะนำแก่ผู้ร่วมโครงการเกี่ยวกับชื่อวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ระยะเวลาในการวิจัย การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นสอบถามความสนใจในการเข้าร่วมการวิจัย
3. วางแผนในการเก็บข้อมูล โดยการกำหนดวันเดินทาง และเตรียมทีมงานในการเก็บข้อมูล โดยมีการอบรมทีมงานเพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยพร้อมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำถาม เครื่องมือในการทำวิจัยและขั้นตอนการเก็บข้อมูล เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วนมากที่สุด
4. ทำการเก็บข้อมูล โดยการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองและทีมงานจำนวน 6 คน ในพื้นที่สถานที่การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
5. ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1-15 กันยายน พ.ศ. 2559
6. การเก็บข้อมูลเป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยพยายามเลือกเฉลี่ยระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน
7. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล
8. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกคำถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
9. ลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
10. นำข้อมูลมาเตรียมประมวลผล (Processing) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ และเพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลพรรณาและทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

สำหรับวิธีการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ใช้วิธีการตรวจสอบความเป็นปรนัย (Objectivity) ซึ่งดูจากความชัดเจนของข้อคำถามและคำตอบ และการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและมีประสบการณ์ด้านการทำงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทำการตรวจสอบว่าแบบสอบถามนั้นมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาที่ทำการวิจัยหรือไม่ รวมถึงการพิจารณาความเป็นปรนัย

(Objectivity) ในความชัดเจนของข้อคำถามและคำตอบว่าเข้าใจตรงกันหรือไม่ ซึ่งในการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ใช้การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) (ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ, 2557) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

- + 1 รู้สึกแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย
- 0 รู้สึกไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย
- 1 รู้สึกแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย

การแปลความค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) คือ ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ถึง 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 ปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์
2. ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ
3. ดร.เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามดังแสดงผลในภาคผนวก ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.89

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามลักษณะของข้อกำหนด โดยจะทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ, 2547) ผลการทดสอบวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาพรวมทั้งฉบับมีค่า Alpha = .9603 หรือความเชื่อมั่น ได้เท่ากับร้อยละ 96.03

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ แบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ตัวแปรส่วนบุคคลและพฤติกรรมทางทฤษฎี อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541, หน้า 65)

$$S = \frac{\sqrt{n\sum X^2 + (\sum X)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) k \text{ covariance} / \text{variance}}$$

$$1 + (k-1) k \text{ covariance} / \text{variance}$$

เมื่อ α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
K	แทน	จำนวนคำถาม
$\frac{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
$\frac{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

2. การวิเคราะห์แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐานจะทำการวิเคราะห์ดังนี้

การทดสอบสมมติฐาน เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน เมื่อตัวแปรต้น แบ่งเป็น 2 กลุ่มใช้สถิติแบบ t-test independent sample
และถ้ามากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่าสถิติ f-test (One way ANOVA) ในการหาความแตกต่างของตัว
แปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้น เพื่อทดสอบว่าสมมติฐานไว้นั้นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่
หรือมีผลขึ้นต่อกันและกันหรือไม่ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจและความพึงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน 3) เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคตทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน จำนวน 400 คน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน
- ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ชาย	153	38.20
หญิง	247	61.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	21	5.20
20-29 ปี	161	40.20
30-39 ปี	81	20.30
40-49 ปี	52	13.00
50-59 ปี	45	11.30
60 ปี ขึ้นไป	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 อันดับสาม คือ ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอันดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
โสด	59	14.80
สมรส	328	82.00
หย่าร้าง	13	3.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมา โสด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และอันดับสุดท้าย คือ หย่าร้าง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	33	8.30
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	43	10.80
ปวส./ อนุปริญญา	270	67.50
ปริญญาตรี	30	7.40
สูงกว่าปริญญาตรี	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาปวส./ อนุปริญญา จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 อันดับสาม คือ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และอันดับสุดท้าย คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	37	9.30
พนักงานบริษัทเอกชน	48	12.00
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	99	24.80
ข้าราชการ/ พนักงานราชการ	80	20.00
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	58	14.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	78	19.40
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 รองลงมา ข้าราชการ/ พนักงานราชการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อันดับสาม คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และอันดับสุดท้าย คือ นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	31	7.80
10,000-20,000 บาท	184	46.00
20,001-30,000 บาท	71	17.80
30,001-40,000 บาท	58	14.40
มากกว่า 40,000 บาท	56	14.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา 20,001-30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 อันดับสามคือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 และอันดับสุดท้ายคือ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน

ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	8	2.00
เพื่อน	13	3.30
ที่ทำงาน	40	10.00
ครอบครัว/ญาติ	54	13.50
บริษัททัวร์	285	71.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ บริษัททัวร์ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.20 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อันดับสาม คือ ที่ทำงาน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอันดับสุดท้าย คือ คนเดียว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเดือนใดที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน

ช่วงเดือนใดที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
มกราคม-มีนาคม	237	59.30
เมษายน-มิถุนายน	106	26.50
กรกฎาคม-กันยายน	70	17.50
ตุลาคม-ธันวาคม	34	8.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มกราคม-มีนาคม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมา เมษายน-มิถุนายน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 อันดับสามคือ กรกฎาคม-กันยายน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และอันดับสุดท้ายคือ เดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน

ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	218	54.50
2 วัน	117	29.30
3 วัน	27	6.80
1 อาทิตย์	38	9.40
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระยะเวลาในการที่ใช้ห้องเที่ยวบน เกาะล้าน คือ 1 วัน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา 2 วัน จำนวน 117 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.30 อันดับสาม คือ 1 อาทิตย์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และอันดับสุดท้าย คือ 3 วัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80

ตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	84	21.00
10,000-20,000 บาท	201	50.30
20,001-30,000 บาท	69	17.30
30,001-40,000 บาท	46	11.40
มากกว่า 40,000 บาท	0	0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมา น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อันดับสามคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 และอันดับสุดท้าย คือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข้อมูล การท่องเที่ยวเกาะล้าน

การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	26	6.50
หนังสือพิมพ์ นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์	300	75.00
บริษัททัวร์	294	73.50

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวของประเทศจีน	330	82.50
อื่น ๆ โปรตระบุ.. Face book, โปรแกรมไลน์	9	2.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยวของประเทศจีน จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 รองลงมา หนังสือพิมพ์ นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 อันดับสาม คือ บริษัททัวร์ จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และอันดับสุดท้ายคือ อื่น ๆ เช่น Face book, โปรแกรมไลน์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้าน

ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการกลับมาอีก	93	23.20
ไม่ต้องการกลับมาอีก	307	76.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ต้องการกลับมาอีก จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 และต้องการกลับมาอีก จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ตารางที่ 4-13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหาดที่ชื่นชอบมากที่สุด

หาดที่ชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
หาดตาแหวน	306	76.40
หาดตายาย	19	4.80
หาดนวล	21	5.30
หาดแสม	12	3.00
หาดเทียน	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบ หาดตาแหวน จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมา หาดเทียน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 อันดับสาม คือ หาดนวล จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และอันดับสุดท้าย คือ หาดแสม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4-14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน

ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	384	96.00
ไม่พึงพอใจ	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจ จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 และไม่พึงพอใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4-15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราราคาที่พัก
ต่อคืน

อัตราราคาที่พักต่อคืน	จำนวน	ร้อยละ
500-1,000 บาท	51	12.70
1,100-1,500 บาท	250	62.50
1,600-2,000 บาท	54	13.50
มากกว่า 2,000 บาท	45	11.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอัตราราคาที่พักต่อคืน 1,100-1,500 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาอัตราราคาที่พักต่อคืน 1,600-2,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อันดับสาม คือ อัตราราคาที่พักต่อคืน 500-1,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และอันดับสุดท้าย คือ อัตราราคาที่พักต่อคืนมากกว่า 2,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30

ตารางที่ 4-16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าใช้จ่ายใน
การมาเที่ยวเกาะล้าน

อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	217	54.20
10,000-20,000 บาท	112	28.00
20,001-30,000 บาท	71	17.80
30,001-40,000 บาท		
มากกว่า 40,000 บาท		
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 รองลงมา อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว

เกาะล้าน 10,000-20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และอันดับสุดท้าย คือ อัครา
ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน 20,001-30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4-17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับส่วนลด
ราคาจากที่พัก

การได้รับส่วนลดราคาจากที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับส่วนลดราคาที่พัก	113	28.20
ไม่ได้รับส่วนลดราคาที่พัก	287	71.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้รับส่วนลดราคาที่พัก จำนวน
287 คนคิดเป็นร้อยละ 71.80 และได้รับส่วนลดราคาที่พัก จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20

ตารางที่ 4-18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับส่วนลด
ราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม

การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	129	32.20
ไม่ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม	271	67.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและ
เครื่องดื่ม จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 และได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม
จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20

ตารางที่ 4-19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ

การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกและรวดเร็ว	299	74.80
ไม่สะดวกและไม่รวดเร็ว	101	25.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สะดวกและรวดเร็ว จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.80 และไม่สะดวกและไม่รวดเร็ว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20

ตารางที่ 4-20 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การจองที่พักมีความสะดวก สามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัท นำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ	103 (25.8)	170 (42.5)	43 (10.8)	57 (14.3)	27 (6.8)	3.66	0.20	มาก	1

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

ด้านสถานที่ ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
2. การ เดินทางมา ท่องเที่ยว เกาะล้านมี ความ สะดวกสบาย	92 (23)	99 (24.8)	162 (40.5)	35 (8.8)	12 (3)	3.56	0.03	มาก	2
3. การ เดินทางจาก เกาะล้านไป ยังแหล่ง ท่องเที่ยว อื่น ๆ มีความ สะดวกใน การเดินทาง	119 (29.8)	44 (11)	120 (30)	75 (18.8)	42 (10.5)	3.31	0.35	ปาน กลาง	3
ภาพรวม						3.51	0.02	มาก	

จากตารางที่ 4-20 ความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.02 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.20 คือ อยู่ในระดับมาก รองลงมา การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้านมีความสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.03 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ การเดินทางจากเกาะล้านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีความสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.35 คือ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้าน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ทรัพยากร ด้านการ ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติบน เกาะล้านมี ความสมบูรณ์	150 (37.5)	81 (20.3)	89 (22.3)	34 (8.5)	46 (11.5)	3.64	0.36	มาก	3
2. เกาะล้านมี การปรับปรุง ทัศนพื้นที่ โดยรวม เหมาะสมกับ การเป็น สถานที่ ท่องเที่ยว	188 (47)	67 (16.8)	122 (30.5)	11 (2.8)	12 (3)	4.02	0.08	มาก	2
3. หาดแต่ละ หาดเหมาะสม กับการเป็น สถานที่ ท่องเที่ยว	249 (62.3)	21 (5.3)	81 (20.3)	49 (12.3)		4.17	0.14	มาก	1
ภาพรวม						3.94	0.97	มาก	

จากตารางที่ 4-21 ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.94
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.97 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า หาด

แต่ละหาดเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.14 คือ อยู่ในระดับมาก รองลงมา เกาะล้านมีการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่โดยรวม เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.08 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะล้านมีความสมบูรณ์ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.36 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านผลิตภัณฑ์

ด้าน ผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สถานที่ ท่องเที่ยวบน เกาะล้าน มี ความสวยงาม และเป็น ธรรมชาติ	213 (53.3)	28 (7)	106 (26.5)	5 (1.3)	48 (12)	3.88	0.39	มาก	3
2. ห้างพัทบน เกาะล้าน เช่น รีสอร์ต บังกะโล ฯลฯ มีจำนวน เพียงพอต่อ การรองรับ นักท่องเที่ยว	233 (58.3)	38 (9.5)	60 (15)	63 (15.8)	6 (1.5)	4.07	0.22	มาก	2

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

ด้าน ผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
3. เกาะล้านมี กิจกรรม ทางการ ท่องเที่ยวให้ เลือก อย่าง หลากหลาย เช่น ดำน้ำ ตก หมึก ฯลฯ	289 (72.3)	28 (7)	67 (16.8)	5 (1.3)	11 (2.8)	4.45	0.01	มาก ที่สุด	1
ภาพรวม						4.13	0.07	มาก	

จากตารางที่ 4-22 ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.07 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า เกาะล้านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เลือก อย่างหลากหลาย เช่น ดำน้ำ ตกหมึก ฯลฯ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.01 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ห้องพักรับรองบนเกาะล้าน เช่น รีสอร์ท บังกะโล ฯลฯ มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 คืออยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน มีความสวยงามและเป็นธรรมชาติค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.39 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกะล้านของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. อัตราราคาค่า ห้องพักบนเกาะ ล้าน มีความ เหมาะสม	283 (70.8)	35 (8.8)	50 (12.5)	32 (8)		4.42	0.99	มาก ที่สุด	3
2. อัตราราคา ค่าอาหารและ เครื่องดื่มบนเกาะ ล้าน	275 (68.8)	44 (11)	76 (19)	5 (1.3)		4.47	0.84	มาก ที่สุด	2
3. อัตราราคา ค่าใช้จ่ายของ กิจกรรมต่าง ๆ บน เกาะล้าน มีความ เหมาะสม	272 (68)	90 (22.5)	18 (4.5)	13 (3.3)	7 (1.8)	4.52	0.86	มาก ที่สุด	1
ภาพรวม						4.47	0.83	มาก ที่สุด	

จากตารางที่ 4-23 ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกะล้านของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(S.D.) เท่ากับ 0.83 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า อัตราราคาค่าใช้จ่ายของ
กิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะล้าน มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
เท่ากับ 0.86 คืออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา อัตราราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มบนเกาะล้าน
ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.84 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด และ
อันดับสุดท้าย คือ อัตราราคาค่าห้องพักบนเกาะล้าน มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.42 ค่า
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.99 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4-24 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความ ความเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สถานที่พัก บนเกาะล้านมี การให้ ส่วนลดราคา แก่นักท่องเที่ยว อย่าง สม่ำเสมอ	136 (34)	126 (31.5)	106 (26.5)	25 (6.3)	7 (1.8)	3.90	0.01	มาก	1
2. ร้านอาหาร บนเกาะล้านมี การให้ ส่วนลดราคา แก่นักท่องเที่ยว อย่าง สม่ำเสมอ	145 (36.3)	92 (23)	75 (18.8)	54 (13.5)	34 (8.5)	3.65	0.32	มาก	3
3. กิจกรรม ด้านการ ท่องเที่ยวบน เกาะล้านมีการ ให้ส่วนลด ราคาแก่นักท่องเที่ยว อย่าง สม่ำเสมอ	161 (40.3)	125 (31.3)	50 (12.5)	27 (6.8)	37 (9.3)	3.86	0.27	มาก	2
ภาพรวม						3.80	0.07	มาก	

จากตารางที่ 4-24 ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.07 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า สถานที่พักบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.01 คือ อยู่ในระดับมาก รองลงมา กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ร้านอาหารบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4-25 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งบนเกาะล้านมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน	161 (40.3)	125 (31.3)	94 (23.5)	10 (2.5)	10 (2.5)	4.04	0.98	มาก	1
2. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารบนเกาะล้านมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง	166 (41.5)	46 (11.5)	96 (24)	92 (23)		3.71	0.22	มาก	2

ตารางที่ 4-25 (ต่อ)

ด้านการบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
3. ผู้ประกอบ- การมีการจัด โปรโมชั่นหรือ ส่วนลด ทางด้านบริการ ให้แก่ นักท่องเที่ยว	132 (33)	71 (17.8)	70 (17.5)	10 (2.5)	117 (29.3)	3.23	0.63	ปาน กลาง	3
ภาพรวม						3.66	0.12	มาก	

จากตารางที่ 4-25 ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการบริการ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.21 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งบนเกาะล้านมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.98 คือ อยู่ในระดับมาก รองลงมา . การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารบนเกาะล้านมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ผู้ประกอบการมีการจัด โปรโมชันหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่ นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.63 คือ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมาณของผลการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 1.1 H_0 : เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง
 H_1 : เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-26 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน	ชาย (n = 153)		หญิง (n = 247)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	4.08	0.75	3.82	0.69	3.598	0.000*

* P-value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า เพศแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 H_0 : อายุแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน
 H_1 : อายุแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	อายุมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
ต่ำกว่า 20 ปี	3.59	0.61	2.834	0.016*
20-29 ปี	4.06	0.68		
30-39 ปี	3.81	0.77		
40-49 ปี	3.83	0.67		

ตารางที่ 4-27 (ต่อ)

อายุ	อายุมีผลต่อพฤติกรรมกรท่งเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
50-59 ปี	3.84	0.78		
60 ปีขึ้นไป	3.95	0.78		

* P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุแตกต่างกัน พฤติกรรมกรท่งเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 H_0 : สถานภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมกรท่งเที่ยวไม่แตกต่างกัน
 H_1 : สถานภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมกรท่งเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-28 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่งเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	มีผลต่อพฤติกรรมกรท่งเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
โสด	3.82	0.63	2.679	0.070
สมรส	3.95	0.74		
หย่าร้าง	3.54	0.54		

* P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.016 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า สถานภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมกรท่งเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน
 H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า	3.97	0.80	3.095	0.016*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	4.13	0.56		
ปวส./ อนุปริญญา	3.93	0.75		
ปริญญาตรี	3.57	0.64		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.76	0.53		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 H_0 : อาชีพแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน
 H_1 : อาชีพแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-30 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
นักเรียน/ นักศึกษา	3.62	0.84	7.073	0.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	4.16	0.81		
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	4.05	0.65		

ตารางที่ 4-30 (ต่อ)

อาชีพ	มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
ข้าราชการ/ พนักงาน ราชการ	3.67	0.79		
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	4.18	0.56		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.82	0.60		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า อาชีพแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 H₀: รายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H₁: รายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

รายได้	มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.81	0.79	2.394	0.051
10,000-20,000 บาท	3.92	0.64		
20,001-30,000 บาท	3.77	0.91		
30,001-40,000 บาท	3.98	0.75		
มากกว่า 40,000 บาท	4.14	0.62		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า รายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมในการใช้เหตุผลมีผลต่อพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะล้านจังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 2.1 H_0 : ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะล้านแตกต่างกัน
พฤติกรรมกรท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะล้านแตกต่างกัน
พฤติกรรมกรท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ติดตามในการ
เข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะล้าน

ผู้ติดตามในการเข้ามา ท่องเที่ยวที่เกาะล้าน	มีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
คนเดียว	3.88	0.93	0.421	0.794
เพื่อน	3.89	0.58		
ที่ทำงาน	4.06	0.60		
ครอบครัว/ญาติ	3.89	0.80		
บริษัททัวร์	3.91	0.73		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.794 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะล้าน แตกต่างกันพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 H_0 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม แตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม แตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-33 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของ
การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลา
เดินทางในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม

	เลือก (n =237)		ไม่เลือก (n =163)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ช่วงเวลาเดินทาง ในเดือนมกราคมถึงมีนาคม	3.97	0.70	3.85	0.76	1.661	0.098

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคมถึง
เดือนมีนาคม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 H_0 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-34 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของ
การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลา
เดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน

ช่วงเวลาเดินทาง	เลือก (n =106)		ไม่เลือก (n =294)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ในเดือนเมษายนถึงมิถุนายน	4.24	0.57	3.81	0.74	6.117	0.000*

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนแตกต่างกัน พฤติกรรม
การท่องเที่ยวแตกต่างกันช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 H_0 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-35 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของ การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลา เดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน

	เลือก (n =70)		ไม่เลือก (n =330)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ช่วงเวลาเดินทาง ในเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน	4.31	0.58	3.84	0.73	5.884	0.000*

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 H_0 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-36 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของ
การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลา
เดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม

ช่วงเวลาเดินทาง	เลือก (n =70)		ไม่เลือก (n =330)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ในเดือนตุลาคมถึงธันวาคม	4.01	0.44	3.91	0.75	1.125	0.266

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.266 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่าช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม แตกต่างกัน พฤติกรรม
การท่องเที่ยวแตกต่างกันช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 H_0 : ระยะเวลาในการที่ใช้ห้องที่ยวบนเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการที่ใช้ห้องที่ยวบนเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-37 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการที่ใช้ห้องที่ยวบนเกาะล้าน

ระยะเวลาในการที่ใช้ ห้องที่ยวบนเกาะล้าน	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
1 วัน	3.89	0.73	2.603	0.052
2 วัน	4.06	0.70		
3 วัน	3.85	0.77		
1 อาทิตย์	3.73	0.68		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ .052 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ระยะเวลาในการที่ใช้ห้องที่ยวบนเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 H_0 : ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-38 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยว ในประเทศไทย	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.90	0.73	4.509	0.004*
10,000-20,000 บาท	3.84	0.79		
20,001-30,000 บาท	3.97	0.52		
30,001-40,000 บาท	4.26	0.59		
มากกว่า 40,000 บาท	3.90	0.73		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.7 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 H_0 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวทะเลสาบจากเพื่อน แตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวทะเลสาบจากเพื่อน แตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-39 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามการได้รับ
ข้อมูลการท่องเที่ยวทะเลสาบจากเพื่อน

การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว ทะเลสาบ	เลือก (n = 26)		ไม่เลือก (n = 374)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
เพื่อน	3.75	0.69	3.93	0.72	-1.196	0.233

* P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.8 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.233 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวทะเลสาบจากเพื่อนแตกต่างกัน พฤติกรรมท่องเที่ยว
ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 H_0 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์ แตกต่าง
กันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์ แตกต่าง
กันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-40 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามการได้รับ
ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน จากบริษัททัวร์

การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว เกาะล้าน	เลือก (n = 294)		ไม่เลือก (n = 106)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บริษัททัวร์	3.90	0.68	3.97	0.85	-0.715	0.476

* P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.9 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์แตกต่างกัน พฤติกรรม
การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 H_0 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยวของ
ประเทศจีนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยวของ
ประเทศจีนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-41 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามการได้รับข้อมูล
การท่องเที่ยวเกาะล้าน จากการท่องเที่ยวของประเทศจีน

การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว เกาะล้าน	เลือก (n = 330)		ไม่เลือก (n = 70)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
การท่องเที่ยวของประเทศจีน	3.83	0.72	4.30	0.59	-5.75	0.000*

* P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.10 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยวของประเทศจีนแตกต่างกัน
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 H_0 : ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-42 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้าน

ความต้องการกลับมา ท่องเที่ยวเกาะล้าน	ต้องการ (n = 307)		ไม่ต้องการ (n = 93)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ความต้องการ	3.97	0.69	3.74	0.80	2.749	0.006*

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.11 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 3.1 H_0 : หาดที่ชื่นชอบมากที่สุดแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : หาดที่ชื่นชอบมากที่สุดแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-43 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามหาดที่ชื่นชอบมากที่สุด

หาดที่ชื่นชอบมากที่สุด	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
หาดตาแหวน	3.94	0.71	1.277	0.279
หาดตาาย	3.87	0.78		
หาดนวล	3.59	0.92		
หาดแสม	4.02	0.57		
หาดเทียน	3.91	0.76		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ .279 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า หาดที่ชื่นชอบมากที่สุดแตกต่างกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 H_0 : ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้านแตกต่างกันมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้านแตกต่างกันมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-44 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมทางท่องเที่ยว จำแนกตามความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน

ความพึงพอใจกับ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ บนเกาะล้าน	พึงพอใจ (n =384)		ไม่ พึงพอใจ (n =16)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ความพึงพอใจ	3.90	0.72	4.22	0.79	-1.56	0.138

*P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 H_0 : อัตราราคาที่พักต่อคืนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อัตราราคาที่พักต่อคืนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-45 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอัตราราคาที่พักต่อคืน

อัตราราคาที่พักต่อคืน	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
500-1,000 บาท	3.63	0.76	5.073	0.002*
1,100-1,500 บาท	3.98	0.70		
1,600-2,000 บาท	3.77	0.72		
มากกว่า 2,000 บาท	4.08	0.73		

*P-value \leq 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราราคาที่พักต่อคืนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 H_0 : อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-46 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน

อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน	มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว			
	Mean	S.D.	F	p-value
น้อยกว่า 10,000 บาท	4.03	0.70	74.351	0.000*
10,000-20,000 บาท	4.21	0.51		
20,001-30,000 บาท	3.12	0.52		

*P-value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 H_0 : การได้รับส่วนลดราคาจากที่พักแตกต่างกันมีพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การได้รับส่วนลดราคาจากที่พักแตกต่างกันมีพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-47 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว จำแนกตามการได้รับส่วนลด
ราคาจากที่พัก

การได้รับส่วนลดราคาจาก ที่พัก	ได้รับ (n = 113)		ไม่ได้รับ (n = 287)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
การได้รับส่วนลดราคา	3.62	0.62	4.03	0.73	-5.195	0.000*

* P-value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.5 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า การได้รับส่วนลดราคาจากที่พักแตกต่างกัน พฤติกรรมกรท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.6 H_0 : การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกัน
มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-48 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามการได้รับส่วนลด
ราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม

การได้รับส่วนลดราคาจาก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ได้รับ (n =129)		ไม่ได้รับ (n =271)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
การได้รับส่วนลดราคา	3.89	0.79	3.93	0.69	-0.531	0.596

* P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.6 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.596 ซึ่งมากกว่า 0.05
หมายความว่า การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกัน พฤติกรรม
การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.7 H_0 : การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง

H_1 : การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่าง

ตารางที่ 4-49 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการ
เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามการบริการของ
ผู้ประกอบการและพนักงานบริการ

การบริการของผู้ประกอบการ และพนักงานบริการ	ได้รับ (n = 299)		ไม่ได้รับ (n = 101)		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ความสะดวกและรวดเร็ว	4.06	0.63	3.50	0.80	6.26	0.000*

* P -value ≤ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3.7 พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการแตกต่างกัน พฤติกรรม
การท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4-50 ตารางสรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผลต่อความมุ่งมั่นในการจัดเก็บภาษี	Sig.	ผลการทดสอบ
1	ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี		
1.1	เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.000*	ปฏิเสธ H_0
1.2	อายุแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.016*	ปฏิเสธ H_0
1.3	สถานภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.070	ยอมรับ H_0
1.4	ระดับการศึกษาแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.016*	ปฏิเสธ H_0
1.5	อาชีพแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.000*	ปฏิเสธ H_0
1.6	รายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.051	ยอมรับ H_0
2	สภาพแวดล้อมในการใช้เหตุผลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี		
2.1	ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.794	ยอมรับ H_0
2.2	ช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคม-มีนาคม แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.098	ยอมรับ H_0
2.3	ช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายน-มิถุนายนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.000*	ปฏิเสธ H_0
2.4	ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคม-กันยายนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.000*	ปฏิเสธ H_0
2.5	ช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคม-ธันวาคมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.266	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4-50 (ต่อ)

สมมติฐาน	ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผลต่อความมุ่งมั่นในการจัดเก็บภาษี	Sig.	ผลการทดสอบ
2.6	ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน	0.052	ยอมรับ H_0
2.7	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ใน ประเทศไทยแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ แตกต่างกัน	0.004*	ปฏิเสธ H_0
2.8	การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน จากเพื่อน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.233	ยอมรับ H_0
2.9	การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.476	ยอมรับ H_0
2.10	การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยว ของประเทศจีนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่าง	0.000*	ปฏิเสธ H_0
2.11	ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกันมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.006*	ปฏิเสธ H_0
3	ความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี		
3.1	หาดที่ชื่นชอบมากที่สุดแตกต่างกัน พฤติกรรม การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.279	ยอมรับ H_0
3.2	ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะ ล้านแตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.138	ยอมรับ H_0
3.3	อัตราราคาที่พักต่อคืนแตกต่างกัน พฤติกรรม การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.002*	ปฏิเสธ H_0
3.4	อัตร่าค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน พฤติกรรมท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน	0.000*	ปฏิเสธ H_0
3.5	การได้รับส่วนลดราคาจากที่พักแตกต่างกันมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	.000*	ปฏิเสธ H_0

ตารางที่ 4-50 (ต่อ)

สมมติฐาน	ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผลต่อความมุ่งมั่นในการจัดเก็บภาษี	Sig.	ผลการทดสอบ
3.6	การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	.596	ยอมรับ H_0
3.7	การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไม่แตกต่าง	0.000*	ปฏิเสธ H_0

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีการเก็บข้อมูล จำนวน 400 แบบ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำเสนอผลการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียด ในเรื่อง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the social sciences) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การพิสูจน์ความแตกต่างแบบ t-test และ One-Way ANOVA ซึ่งประกอบด้วย ส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 6 อภิปราย

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.80 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 82.00 มีการศึกษา ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 67.50 ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 24.80 รายได้ 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.00

ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 71.20 ส่วนใหญ่ เดินทางในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือนมีนาคม คิดเป็นร้อยละ 59.30 ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน คือ 1 วัน จำนวน คิดเป็นร้อยละ 54.50 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย อยู่ในช่วง 10,000 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.30 การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านส่วนใหญ่ มาจากการท่องเที่ยวของประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 82.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 76.80 และต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 23.20 ตามลำดับ

ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชื่นชอบ หาดตาแหวน คิดเป็นร้อยละ 76.40 ส่วนใหญ่รู้สึก พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 96.00 มีอัตราการเข้าพักต่อคืน 1,100-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.50 อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.20 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้รับส่วนลดราคาที่พัก คิดเป็นร้อยละ 71.80 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 67.80 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สะดวกและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 74.80 ตามลำดับ

ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.02 คืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัท นำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.20 คือ อยู่ในระดับมาก รองลงมา การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้านมีความสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ

0.03 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ การเดินทางจากเกาะล้านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีความสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.35 คือ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.97 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า หาดแต่ละหาดเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.14 คืออยู่ในระดับมาก รองลงมา เกาะล้านมีการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่โดยรวมเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.08 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ . ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะล้านมีความสมบูรณ์ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.36 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.07 คืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า เกาะล้านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เลือกอย่างหลากหลาย เช่น ดำน้ำ ตกหมึก ฯลฯ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.01 คืออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ห้องพักรับบนเกาะล้าน เช่น รีสอร์ท บังกะโล ฯลฯ มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน มีความสวยงามและเป็นธรรมชาติค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.39 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านราคาพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.83 คืออยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า อัตราราคาค่าใช้จ่ายของกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะล้านมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.86 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา อัตราราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มบนเกาะล้าน ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.84 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ อัตราราคาค่าห้องพักบนเกาะล้าน มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.99 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ

0.07 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า สถานที่พักบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.01 คืออยู่ในระดับมาก รองลงมา กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 คืออยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ร้านอาหารบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 คือ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ความคิดเห็นความคิดเห็นการตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการบริการพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.21 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งบนเกาะล้านมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.98 คืออยู่ในระดับมาก รองลงมา การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พัก และร้านอาหารบนเกาะล้านมีความคล่องตัวสะดวกสบายในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 คือ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย \bar{x} เท่ากับ 3.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.63 คือ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่1 ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพกับรายได้แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่2 สภาพแวดล้อมในการใช้เหตุผลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ติดตามในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้าน ช่วงเวลาเดินทางในเดือนมกราคม-มีนาคม ช่วงเวลาเดินทางในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม ระยะเวลาในการที่ใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้าน จากเพื่อน การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากบริษัททัวร์ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนช่วงเวลาเดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน ช่วงเวลาเดินทางในเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนแตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันช่วงเวลา

เดินทางในเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านแตกต่างกัน แตกต่างกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี พบว่า หาดที่ชื่นชอบมากที่สุด ความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะล้าน การได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ส่วนอัตราราคาที่พักต่อคืน อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้าน การได้รับส่วนลดราคาจากที่พัก การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการ แตกต่างกันพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

อภิปราย

1. ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาสินี ชวนไชยะกุล (2553) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการทดสอบสมมติฐานที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.80 อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.20 รายได้ 10,000-20,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งรวี คล้ายสุวรรณ (2553) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลวิจัยดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน และ 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดชลบุรี

3. ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางในช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 59.30 สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีผลการวิจัยพบว่า

ส่วนใหญ่ผู้นิยมมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 60.3 คือระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 50.3

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาเป็นประโยชน์ในพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติดังนี้

1. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

1.1 ทราบถึงพฤติกรรมของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เพื่อนำไปปรับรูปแบบการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.2 เพื่อนำแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

2. สำหรับภาครัฐ

2.1 สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล

2.2 สามารถวางนโยบายที่ถูกต้องเพื่อธำรงรักษาสถาปัตยกรรมชาติของเกาะล้านไว้ได้อย่างยั่งยืน

3. สำหรับนักเรียน นักศึกษา

3.1 ผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ทำให้เป็นทางการศึกษาด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไป

3.2 ผลการวิจัยสามารถนำไปเผยแพร่ในรูปแบบของรายงานการวิจัย ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยในเชิงปริมาณ ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษางานวิจัยด้านคุณภาพควบคู่

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะมีการเพิ่มจำนวนตัวอย่างกลุ่มประชากรที่มากขึ้น โดยศึกษาในเขตพื้นที่นั้น ๆ ไม่ใช่เจาะจงแค่สถานที่เดียว ซึ่งอาจจะทำให้มีข้อมูลที่มากขึ้นแล้วสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ความแตกต่าง และได้ข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์มากขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะมีการนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอาชีพอื่น เช่น พนักงานบริษัททัวร์ พนักงานธนาคาร พนักงานร้านอาหาร พนักงานสายการบิน และพนักงานองค์กรอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อดูว่าแตกต่างหรือสอดคล้องกับงานวิจัยนี้เพียงใด

4. ในงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะเพิ่มเติมในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระบบนิเวศน์ เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกทำลายไป

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2554). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. เข้าถึงได้จาก www.mots.go.th
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560*. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *พฤติกรรม การซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า iPad ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- คู่มือเที่ยวเกาะล้าน. (2559). *เกาะล้าน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.kohlarn.sadoodta.com>
- จิรวีทย์ เดชจรัสศรี. (2538). *โครงการวิจัยบทบาทขององค์ภาครัฐหลักที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชลลดา แสงมณี สิริสาธิตกิจ. (2547). *การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *การศึกษาผลการพัฒนาหนังสืออ่านเพิ่มเติมชุดบ้านนาสารบ้านของเรา สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โรงเรียนเทศบาล 5 วสุธาราวิวัฒน์, สังกัดเทศบาลเมืองนาสาร*. สุราษฎร์ธานี: โรงเรียนเทศบาล 5 วสุธาราวิวัฒน์.
- ที่ทำการแขวงเกาะล้าน. (2559). *ข้อมูลต่าง ๆ ของเกาะล้าน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.seabeachthailand.com>
- ชนกร พึ่งสัมพันธ์. (2526). *ความพึงพอใจในบริการการท่องเที่ยวเกาะสีชังของนักท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พยุงค์คี่ นามวรรณ. (2537). *ปัจจัยพื้นฐานกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

- สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พิทักษ์ ตรีษทิม. (2538). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวใต้ทะเลบริเวณเกาะล้าน*. การศึกษาปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, วิทยาลัยบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาวิณี เต็มดี.(2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมกลุ่ม Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*, งานวิจัยและเทศสัมพันธ์, สาขาวิชาศิลปะสื่อและเทคโนโลยี, วิทยาลัยศิลปะสื่อและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพชราวดี จงประดับเกียรติ. (2559). *การวิจัยทางการศึกษา*. เข้าได้ถึงจาก <http://petcharawadee7.blogspot.com/p/7.html>
- รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ลภัส อัครพันธ์. (2559). *นักท่องเที่ยวจีนยังแกร่งแม้เศรษฐกิจจีนชะลอตัว*. เข้าถึงได้จาก <http://www.scbeic.com>
- วาทิต อธิศิริเวทย์. (2551). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2547). *ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศรัณย์ คำจินดา. (2553). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). *ปัจจัยการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อรูปแบบการออมเงินประเภทเงินฝากประจำและการลงทุนในกองทุนรวมของผู้ลงทุนรายย่อย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุธาสนี ชวนไชยะกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยว เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิต

วิทยาลัย,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทย. ปรินญานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์

การจัดการ,บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Hodson, S. (1999). *Consumer behavior related to tourism*. New York and London A. Pizam & Y.

Jerry, Y. (2001). *Tourism the best solution for economic problem in Saudi Arabia*. Working paper
presented to the symposium of the economic effect of tourism, King Abdulaziz
University.

Millet, J. D. (1954). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New
York: McGraw-Hill.

Perrett, C. A. (2007). *Travel motivation of independent youth leisure travelers*. Master
thesis, Faculty of physical education and recreation studies, University of Manitoba

Smith, E. W. (1966). *The Education's Encyclopedia*. New York: Prentice-Hall.

World Tourism Organization (WTO). (2004). *Definition*. from <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม _____

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา
เที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี การตอบแบบสอบถามของท่านถือว่ามีคุณค่าต่อการศึกษาอย่างยิ่ง จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามอันจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับไม่มีการเปิดเผยตัวบุคคลในแบบสอบถามขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้

โดยที่แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ตอนที่ 4 การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย/ ลงใน () ซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี

() 2. 20-29 ปี

() 3. 30-39 ปี

() 4. 40-49 ปี

() 5. 50-59 ปี

() 6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

() โสด

() สมรส

() หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 () 3. ปวส./อนุปริญญา () 4.ปริญญาตรี
 () 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () 1. นิสิต/นักศึกษา () 2. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () 4. ข้าราชการ/พนักงานราชการ
 () 5. แม่บ้าน/พอบ้าน () 6. เกษตรกร
 () 7. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. น้อยกว่า 10,000 บาท () 2. 10,000-20,000 บาท
 () 3. 20,001-30,000 บาท () 4. 30,001-40,000 บาท
 () 5. มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย/ ลงใน () ซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวเกาะล้านท่านมากับใคร

- () 1. คนเดียว () 2. เพื่อน
 () 3. ที่ทำงาน () 4. ครอบครัว/ญาติ
 () 5. บริษัททัวร์ () 6. อื่นๆโปรดระบุ.....

2. ช่วงเดือนใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้าน

- () 1. มกราคม-มีนาคม () 2. เมษายน-มิถุนายน
 () 3. กรกฎาคม-กันยายน () 4. ตุลาคม-ธันวาคม

3. ระยะเวลาในการที่ท่านใช้ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน

- () 1. 1 วัน () 2. 2 วัน
 () 3. 3 วัน () 4. 1 อาทิตย์

4. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านจำนวน.....หยวน

5. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะล้านจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. เพื่อน () 2. หนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์
() 3. บริษัททัวร์ () 4. การท่องเที่ยวของประเทศไทย
6. ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะล้านอีกหรือไม่
- () 1. ต้องการกลับมาอีก () 2. ไม่ต้องการกลับมาอีก
7. ท่านชอบหาดใดมากที่สุด
- () 1. หาดตาแหวน () 2. หาดตายาย
() 3. หาดนวล () 4. หาดแสม
() 5. หาดเทียน
8. ท่านพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบนเกาะหรือไม่
- () 1. พึงพอใจ () 2. ไม่พึงพอใจ
9. ท่านได้ทำกิจกรรมใดบ้างบนเกาะล้าน
- () 1. เล่นน้ำทะเล () 2. เล่นบาน่าโบ้ท
() 3. ดำน้ำ () 4. ตกหมึก
() 5. ถ่ายรูปใต้น้ำ
10. ท่านพึงพอใจกับที่พักหรือไม่
- () 1. พึงพอใจ () 2. ไม่พึงพอใจ
11. ท่านได้อัตราราคาที่พักคืนละเท่าไร
- () 1. 500-1,000 บาท () 2. 1,100-1,500 บาท
() 3. 1,600-2,000 บาท () 4. อัตราราคาที่พักมากกว่า 2,000 บาท
12. อัตราค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกาะล้านครั้งนี้.....บาท
13. ท่านได้รับส่วนลดราคาจากที่พักหรือไม่
- () 1. ได้รับส่วนลดราคาที่พัก () 2. ไม่ได้รับส่วนลดราคาที่พัก
14. ท่านได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มหรือไม่
- () 1. ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม
() 2. ไม่ได้รับส่วนลดราคาจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม
15. การบริการของผู้ประกอบการและพนักงานบริการมีความสะดวกและรวดเร็วหรือไม่
- () 1. สะดวกและรวดเร็ว () 2. ไม่สะดวกและไม่รวดเร็ว

ตอนที่ 3 การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจเลือกท่องเที่ยวเกาะล้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
1. การจองที่พักมีความสะดวกสามารถเลือกจองได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทนำเที่ยว จองโดยตรงกับโรงแรม ฯลฯ					
2. การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะล้านมีความสะดวกสบาย					
3. การเดินทางจากเกาะล้านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีความสะดวกในการเดินทาง					
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
1. ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะล้านมีความสมบูรณ์					
2. เกาะล้านมีการปรับภูมิทัศน์พื้นที่โดยรวมเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
3. หาดแต่ละหาดเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน มีความสวยงามและเป็นธรรมชาติ					

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ห้องพักบนเกาะล้าน เช่น รีสอร์ท บังกะโล ฯลฯ มีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว					
3. เกาะล้านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เลือกอย่างหลากหลาย เช่น ดำน้ำ ตกหมึก ฯลฯ					
ด้านราคา					
1. อัตราราคาค่าห้องพักบนเกาะล้าน มีความเหมาะสม					
2. อัตราราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มบนเกาะล้าน					
3. อัตราราคาค่าใช้จ่ายของกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะล้าน มีความเหมาะสม					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. สถานที่พักบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					
2. ร้านอาหารบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					
3. กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวบนเกาะล้านมีการให้ส่วนลดราคาแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการบริการ					
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานของสถานบริการแต่ละแห่งบนเกาะล้านมีความรวดเร็วในทุกขั้นตอน					
2. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พักและร้านอาหารบนเกาะล้านมีความคล่องตัว สะดวกสบายในการเดินทาง					
3. ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดทางด้านบริการให้แก่นักท่องเที่ยว					



调查问卷

题目来泰国春武里市金沙岛旅游中的中国旅客的影响研究

说明这部调查问卷为研究来泰国春武里市金沙岛旅游中的中国旅客的影响。研究的效果是对调查方面很重要，而且会给教育方面带来了很好好处。所以请各位尊重的旅客在调查问卷中仔细地回答问题。此外，请各位尊重的旅客安心，我们会保密身份所有的个人资料。谢谢合作。

调查问卷分成四部分

第1部分个人的基本资料

第2部分旅游中的基本条件

第3部分 旅游中的自满

第4部分 选择金沙岛的原因

第1部分 各人的基本资料

请在 () 上画 / 选择对自己最接近个人资料的答案。

1. 性别。

() 男 () 女

2. 年龄。

() 20岁以下 () 20-29岁

() 30-39岁 () 40-49岁

() 50-59岁 () 60岁以上

3. 婚姻状况。
 - 单身 已结婚
 - 离婚
4. 学历。
 - 高中 中专
 - 本科 本科以上
5. 职业。
 - 学生 服务员
 - 政府公务员 公司职员
 - 私人企业 另外.....
6. 一个月收入.....人民币。

第2部分 旅游中的基本条件

1. 参观金沙岛的陪伴之旅。
 - 独自一个 朋友
 - 同事 家庭
 - 旅游团 另外.....
2. 旅游的时间（可多选答案）。
 - 1-3月份 4-6月份
 - 7-9月份 10-12月份
3. 旅游的时间长短
 - 1天 2天
 - 3天 一个星期
 - 另外.....
4. 在泰国旅游的总共消费一个人/趟，大概.....人民币。
5. 旅客所受到旅游信息的来源
 - 朋友 报纸/杂志

- 旅行社 中国旅游广告
 另外.....
6. 旅客是否想再次回来？
 是 否
7. 旅客最喜欢的海滩。
 达元海滩 达元海滩
 暖海滩 萨美海滩
 天海滩
8. 旅客对金沙岛的既然环境是否满意？
 是 否
9. 旅客在金沙岛所做的旅游活动。
 游泳 坐香蕉船
 潜水 钓鱿鱼
 水下摄影 另外.....
10. 旅客对宾馆/宿舍/旅店是否满意？
 是 否原因.....
11. 旅客选择住宿的消费价格。
 500-1000 泰铢 1100-1500 泰铢
 1600-2000 泰铢 2000泰铢以上
12. 在金沙岛旅游的总共消费.....泰铢。
13. 旅客是否得到所住的宾馆/宿舍/旅店的折扣？
 是 否
14. 旅客是否得到餐馆的折扣？
 是 否
15. 旅客对服务方面的感受。
 满意 不满意

第3部分 选择金沙岛的原因

请选择顾客对金沙岛旅游各方面的满足程度。

旅游缓解	满足的程度				
	非常 满意	很 满意	满 意	一 般	不 满 意
1. 对预订房间的各种选择方式和 预订缓解。如；网上预顶 旅 行社、直接和宾馆联系等。					
2. 往回金沙岛的交通方面。					
3. 从金沙岛往别的旅游地区的交 通方面。					
旅游地区的环境					
4. 金沙岛的自然资源。					
5. 通过环境调整的金沙岛，为了 适合旅客的休闲假期。					
设施方面					
6. 每个海滩对旅游方面很合适。					
7. 金沙岛的住宿方面的足够。					
价格方面					
8. 金沙岛有多种活动的选择。					
9. 金沙岛的住宿费。					
10. 自行车、摩托车的出租费。					
11. 食品和饮料的消费。					
营销推动方面					
12. 各种活动的消费。					
13. 住宿费的折扣。					
14. 食品饮料的折扣。					

旅游缓解	满足的程度				
	非常 满意	很 满意	满 意	一 般	不 满 意
服务方面					
15. 各种活动的折扣。					
16. 所有地方的服务员对顾客的服务感和服务态度。					
17. 在金沙岛内的交通方式。					
18. 游客得到的折扣活动。					

釋聖開法師

泰國春武里府是拉差縣普德寺

ภาคผนวก ข

แบบทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)												
ข้อที่	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ									ผลรวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
	คนที่ 1			คนที่ 2			คนที่ 3					
	1	0	-1	1	0	-1	1	0	-1			
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม												
1	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
2	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
3	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
4	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
5	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
6	✓			✓			✓			3	1	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการใช้เหตุผล												
1	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
2	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
3	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
4	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
5	✓			✓				✓		2	0.60	นำไปใช้ได้
6	✓			✓				✓		2	0.60	นำไปใช้ได้
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ												
1	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
2	✓				✓		✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
3			✓	✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
4	✓				✓		✓			3	1	นำไปใช้ได้
5		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
6		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
7		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
8		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
9		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นการตัดสินใจมาเกี่ยวเกาะด้าน												
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว												
1	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้

2	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
3	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ												
4	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
5	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
6	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
ด้านผลิตภัณฑ์												
7	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
8		✓		✓			✓			2	0.60	นำไปใช้ได้
9		✓		✓			✓			2	1	
ด้านราคา												
10	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
11	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
12	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด												
13	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
14	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
15	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
ด้านการบริการ												
16	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
17	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้
18	✓			✓			✓			3	1	นำไปใช้ได้

ภาพรวม 0.89

การตัดสินใจมาที่ขั้วแกน

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D1	59.6667	263.2644	.6800	.9590
D2	59.7667	258.6678	.7601	.9578
D3	60.0667	251.4437	.7935	.9573
D4	59.5333	257.4299	.7640	.9577
D5	59.4333	264.8057	.6608	.9592
D6	59.8333	263.5920	.6795	.9590
D7	60.2000	251.7517	.7059	.9592
D8	59.9333	254.4092	.8342	.9567
D9	59.7000	259.1138	.7532	.9579
D10	59.6667	256.5057	.8564	.9565
D11	59.5667	264.7368	.7945	.9579
D12	59.6000	258.1793	.7721	.9576
D13	60.0333	248.8609	.8371	.9566
D14	60.0000	250.4828	.8448	.9564
D15	60.1000	261.6103	.6533	.9594
D16	60.4333	261.2885	.5868	.9606
D17	60.3667	259.2057	.6508	.9596

D18 59.3333 256.6437 .8439 .9567

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 18

Alpha = 0.9603

Reliability Coefficients การตัดสินใจมาเที่ยวเกาะล้าน Alpha = 0.9603
หมายถึง ความน่าเชื่อถือร้อยละ 96.03

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)
 ได้
 ได้แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
 ไม่ได้ทั้งฉบับ
 คงศักดิ์ น.วิเศษสินธุ์ ๕/๒๕๖๕

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่องานนิพนธ์ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะ
ล้าน จังหวัดชลบุรี

ชื่อผู้วิจัย นางสาว ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข

รหัสประจำตัว 57750120

นิสิตหลักสูตร สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 30)

หมายเลขโทรศัพท์ 092-2530567

E-mail Sirirat_fine@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจและความพึงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.3. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้าน ให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)
 ได้
 ได้แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
 ไม่ได้ทั้งฉบับ
 ลงชื่อ ดร. สักดา อรัณโยภาส

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่องานนิพนธ์ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะ
ล้าน จังหวัดชลบุรี

ชื่อผู้วิจัย นางสาว ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข

รหัสประจำตัว 57750120

นิสิตหลักสูตร สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 30)

หมายเลขโทรศัพท์ 092-2530567

E-mail Sirirat_fine@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจและความพึงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.3. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงปริมาณ)
() ได้
() ได้แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
() ไม่ได้ทั้งฉบับ
Sirirat Fine
ลงชื่อ: ศ.ดร.ศิริรัตน์ วัฒนสุโขทัย

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่องานนิพนธ์ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะ
ล้าน จังหวัดชลบุรี

ชื่อผู้วิจัย นางสาว ศิริรัตน์ วัฒนสุโขทัย

รหัสประจำตัว 57750120

นิสิตหลักสูตร สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-mba รุ่น 30)

หมายเลขโทรศัพท์ 092-2530567

E-mail Sirirat_fine@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์

ตรวจแล้ว
26 ก.ค. 2559

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจและความพึงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะล้าน
- 1.3. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะล้านให้มีความมั่นคงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต

Plagiarism Checking Report*Created on Oct 15, 2016 at 13:30 PM**Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
336864	Oct 15, 2016 at 13:30 PM	57750120@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 1.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

No data available in table

Plagiarism Checking Report

Created on Nov 4, 2016 at 14:25 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
347894	Nov 4, 2016 at 14:25 PM	57750120@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 2.docx	Completed	4.66 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริษัทในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด, Opinions of Thai Tourists towards factors influencing decision making to Travel To Ko Chang, Trat Province	ศิริวรรณ จันทร์ทอง	มหาวิทยาลัยบูรพา	1.02 %
2	ความพึงพอใจของตัวแทนออกของในการรับบริการส่งสินค้าออกจากฝ่ายบริการศุลกากร ตำนศุลกากรลาดกระบัง , Customs brokers satisfaction with the export service provided by the customs department of Latkrabang customs house	ยุพธนา กิจงาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์	1.01 %
3	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้ออาหารเกาหลีของผู้บริโภค ร้านซูเฟียร์ ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร, Relationship between consumer behavior and the decision to buy Korean food of consumer at Supia Restaurant, Ratchathewi District, Bangkok	จิรัฐ เฟ่งเจริญธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	0.93 %
4	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา	จุฑาทกรณ์ ทองเพ็ญ	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.88 %
5	การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี, Cultural Tourism Management in Chiya District, Surat Thani Province	คุณาภรณ์ ชื่นวิเศษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	0.82 %

atch Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

ของพื้นที่นั้นๆ 2 การท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ historical tourism หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและโบราณวัตถุในท้องถิ่นที่มีประวัติศาสตร์ความรับผิดชอบของบุคคลในท้องถิ่นต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว 2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี cultural and traditional tourism หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆและได้รับความรู้และความเข้าใจต่อสภาพสังคม

วัฒนธรรมมีความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว 2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท rural tourism village tourism หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว 3 การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา Sport and entertainment

เพียงพอมุ่งหมายการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม 4 การให้บริการอย่างต่อเนื่องหมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยที่ประชาชนของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่อัตนวิสัยของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อไรก็ได้ 5 การให้บริการอย่างก้าวหน้าหมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน 4 แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจความหมายของการตัดสินใจการตัดสินใจ

ของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการได้แก่ 2.1 สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่ยากจะหาข้อสรุปที่แน่ชัดในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง 2.2 ครอบครัวการเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกันเช่นการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธหรือไม่ 2.3 ผลตอบรับจากผู้บริโภคได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆเนื่องจากบุคคล

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

ค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ 4 สูงที่สุดแต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยและเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีกับตนเองเพียงพอมุ่งหมายการให้บริการสาธารณะที่มีคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น 4.1 มนุษย์เล็งเห็นคุณค่า (2548 : 5)ได้กล่าวเกี่ยวกับประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นประเภทย่อยได้ 5 ประเภทได้แก่ 4.1 .การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์(Historical Tourism)หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว 4.2 ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว 4.3 โดยได้รับความรู้ความเข้าใจประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ 4.4 และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่น 4.5 มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว 4.6 4.7 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี(Cultural and Traditional Tourism) 4.8 หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ 4.9 จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ศิลปะและศึกษาความเชื่อการยอมรับ 4.10 นับถือการเคารพพิธีกรรมต่างๆอีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคม

อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและ 4.11 วัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อ 4.12 การรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมใน 4.13 การจัดการการท่องเที่ยว 4.14 4.15 การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนบท(Rural Tourism / Village Tourism)หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ 4.16 พิเศษโดดเด่นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน 4.17 อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อ 4.18 การรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมใน 4.19 การจัดการการท่องเที่ยว 4.20 4.21 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา(Sport Tourism)หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ 4.22 ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันกีฬาโดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัด 4.23 รายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนาน 4.24 เพลิดเพลินกับการออกกำลังกายเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬาในขณะเดียวกันก็ได้ไปยังแหล่ง 4.25 ท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬาให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ 4.26 เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดก

ต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน 4.27 4.28 การให้บริการอย่างเพียงพอหมายถึงการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวน 4.29 การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมมีผลเห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรง 4.30 4.31 เวลาจะมีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้าง 4.32 4.33 ไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค 4.34 4.35 การให้บริการอย่างต่อเนื่องหมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ 4.36 โดยที่ประชาชนของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่อัตนวิสัยของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้ 4.37 หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ 4.38 4.39 การให้บริการอย่างก้าวหน้าหมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ 4.40 และผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ 4.41 ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม 4.42 จึงสรุปได้ว่า การให้บริการไม่คำนึงถึงตัวบุคคลเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ 4.43 ผู้ให้บริการทุกคนได้รับปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน 4.44 ภายใต้กฎหมายข้อบังคับและระเบียบต่างๆที่กำหนดไว้จึงจะให้บริการในเชิงส่งเสริมสร้าง 4.45 4.46 ทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้

อย่างค่อนข้างจะคงที่ก็ยังไม่ถือ 4.47 4.48 ว่าเป็นการเรียนรู้ตัวอย่างเช่นนักเรียนรับรู้ว่า การไม่ทำการบ้านจะต้องถูกลงโทษแต่ก็ยังไม่ยอมทำ 4.49 การบ้านหรือผู้ใหญ่ที่รู้ว่า การไม่ทำตามบรรทัดฐานของสังคมจะส่งผลต่อสภาพจิตใจและพฤติกรรมของ 4.50 4.51 เด็กแต่ก็ยังปล่อยให้เด็กได้ดูผู้ที่ทราบว่าการสนับสนุนหรือเป็นอันขาดต่อสภาพที่ต่อตัวเองและผู้ที่อยู่ 4.52 4.53 ใกล้เคียงแต่ก็ยังไม่เลิกสนับสนุนหรือผู้ที่มีขอบเขตหรือเมื่อเห็นอุปนิสัยเช่นทำให้ชินชาร้าง 4.54 4.55 ว่างเวลาหนึ่งแต่หลังจากนั้นก็กลับมาขยันเรียวอีกเป็นคำสั่งเหล่านี้ถือว่าเป็นการเรียนรู้ 4.56 4.57 ปัจจัยภายนอกหมายถึงปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของผู้บริโภคซึ่งจะมีอิทธิพลต่อ 4.58 4.59 ความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 4.60 4.61 ประการได้แก่ 4.62 4.63 สภาพเศรษฐกิจ(Economy)เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ(Purchasing power)ของ 4.64 4.65 ผู้บริโภคทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 4.66 4.67 ครอบครัว(Family)การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมี 4.68 4.69 ความแตกต่างกันเช่นการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธหรือไม่ 4.70 4.71 ครอบครัวซึ่งครอบครัว

สำนักงานจัดขบวนรถของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลการวิจัยดังนี้ เพศหญิงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทการมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านอินเทอร์เน็ตในระดับมากพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2 วันช่วงเวลาที่ใช้จ่ายในการเที่ยวคือวันหยุดเสาร์อาทิตย์สถานที่พักแรมคือรีสอร์ทผลการทดสอบพบว่า 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่

อิสระได้แก่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ก แรงจูงใจในการท่องเที่ยวระดับการมีอิทธิพลของสื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยไปท่องเที่ยวเกาะล้านจำนวน 400 คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ก เพศหญิงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงาน ก บริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทการมีอิทธิพลของสื่อด้านอินเทอร์เน็ต ก ในระดับมากพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าระยะเวลาที่ใช้ ก ในการท่องเที่ยว 2 วันช่วงเวลาที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวคือวันหยุดสุดสัปดาห์สถานที่พักแรมคือ ก รีสอร์ทเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวผลการทดสอบสมมติฐานที่บ่งชี้ว่าทัศนคติที่ระดับ .05 ก พบว่า 1) ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศอายุสถานภาพการสมรสระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ ก เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะล้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย ก 2) ปัจจัยด้านแรงจูงใจได้แก่ทางด้านกายภาพและสรีระศาสตร์ด้านสังคมสัมพันธ์ภาพระหว่าง ก บุคคลด้านวัฒนธรรมจิตวิทยาความบันเทิงและความเพลิดเพลิน

Plagiarism Checking Report*Created on Oct 15, 2016 at 13:33 PM**Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
336867	Oct 15, 2016 at 13:33 PM	57750120@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 3.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

No data available in table

Plagiarism Checking Report

Created on Oct 15, 2016 at 13:35 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
336868	Oct 15, 2016 at 13:35 PM	57750120@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 4.docx	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

No data available in table

Plagiarism Checking Report*Created on Oct 15, 2016 at 13:37 PM**Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
336869	Oct 15, 2016 at 13:37 PM	57750120@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 5.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

No data available in table