

แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดชลบุรี

อมรวิทย์ ชานก

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ธันวาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ อมรวิทย์ ชานก ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

.....*ประสงค์ เลาหะพงษ์*..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.ประสงค์ เลาหะพงษ์)

.....*เบญญาดา กระจ่างแจ้ง*..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....*ประสงค์ เลาหะพงษ์*..... ประธาน

(ดร.ประสงค์ เลาหะพงษ์)

.....*เบญญาดา กระจ่างแจ้ง*..... กรรมการ

(ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง)

.....*สุชนิ เมธิโยธิน*..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนิ เมธิโยธิน)

.....*อัครกิตติ พัฒนสัมพันธ์*..... กรรมการ

(ดร.อัครกิตติ พัฒนสัมพันธ์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....*บรรพต วิรุณราช*..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้งอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึง ความตั้งใจจริงและความทุ่มเท ของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ตลอดจนผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง ไป ด้วยดี อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดี ทั้งหมดนี้ ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็น ประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูคุณเวทิตาคคุณ แค่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่อง ต่างๆผู้วิจัยขอน้อมยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

อมรวิทย์ ชานก

57750099: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บชม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ:แรงจูงใจท่องเที่ยว/ความพึงพอใจ

อมรวิทย์ ชานกะ:แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี(MOTIVATION IN TOURISM, CONSUMER SATISFACTION IN TOURISM)อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์:เบญญาดา กระจ่างแจ้ง,Ph.D., 86 หน้าปี พ.ศ. 2559.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ได้เก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ One-way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.2 มีอายุ 31 – 40ปี ร้อยละ 71.8 มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 53.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.0 โดยกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก

สรุปผลการวิเคราะห์สมมุติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพ แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

57750099: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE;
M.B.A. (BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: MOTIVATION IN TOURISM, CONSUMER SATISFACTION IN TOURISM

MOTIVATION AND CONSUMER SATISFACTION IN TOURISM OF THAI
TOURISTS IN SATTAHEEP DISTRICT, CHONBURI PROVINCE. THESIS ADVISOR:
BENYADA KRAJANGJAENG, PH.D., 86 P. 2015.

The purpose of this research is to study motivation and consumer satisfaction in tourism of Thai tourists in Satthaheep district, Chonburi province. The sample population is 400 Thai tourists who travel in Satthaheep district, Chonburi province. The statistics used in this research include Frequency, Mean, Percentage, Standard Deviation, and One-way ANOVA.

The results reveal that the sample were female counted as 59.2 percent, age 31 – 40 years counted as 71.8 percent, single counted as 53.8 percent, and Bachelor Degree graduation counted as 54.0 percent. The motivation and consumer satisfaction in tourism were viewed in high level.

The hypothesis results found that personal factors had an effect on motivation and consumer satisfaction in tourism of Thai tourists in Satthaheep district, Chonburi province counted in statistical significance at 0.05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	9
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	18
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
วิธีสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง	26
วิธีการรวบรวมข้อมูล	27
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	28
ลักษณะของแบบสอบถาม	28
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย
	การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....
4	ผลการศึกษา.....
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....
	การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล.....
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
	ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....
	ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
	สรุปผลการวิจัย.....
	อภิปรายผลการวิจัย.....
	ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	63
	ภาคผนวก ก.....
	ภาคผนวก ข.....
	ภาคผนวก ค.....
ประวัติย่อผู้วิจัย	73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3-2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม.....	30
4-1 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	33
4-2 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	34
4-3 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	35
4-4 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	36
4-5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	38
4-6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	39
4-7 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	40
4-8 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	41
4-9 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ.....	41
4-10 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	42
4-11 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	43
4-12 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	44
4-13 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	44
4-14 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	45
4-15 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	46
4-16 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	46
4-17 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	47
4-18 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	48
4-19 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
4-20 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	49
4-21 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	50

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-22 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	50
4-23 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	51
4-24 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	52

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	5

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเป็นบทบาทสำคัญอย่างมากในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย (Osman & Sentosa, 2013) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยถือเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ความงดงามของวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ บวกกับความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยว และเป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวนมากโดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP จากสาขาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการ จะมีสัดส่วนมากกว่าภาคการผลิตอื่นๆ หรือมากกว่าร้อยละ 50 ของ GDP ทั้งประเทศใน ขณะที่รายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ปีพ.ศ. 2558 แสดงให้เห็นได้ว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก พร้อมกับชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อเนื่องในเชิงเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวจะเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมและสาธารณูปโภคต่างๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและแนวโน้มในปีพ.ศ. 2559

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ การเติบโตอย่างมีความสำคัญของการท่องเที่ยวตลอดหลายปีที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้คนในประเทศที่ได้เดินทางแลกเปลี่ยนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยในภาคธุรกิจขณะเดียวกันยังส่งเสริมการขยายตัวของการลงทุนและการจ้างงานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปีพ.ศ. 2558 การท่องเที่ยว และส่งผลมีการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับภาคการท่องเที่ยว กับประเทศไทยที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์อันมหาศาลต่อประเทศ ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ ด้วยการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันส่งผลทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และสร้างเสถียรภาพ

ให้กับบุคลากรชำระเงินของประเทศซึ่งในแต่ละปีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศถึงปีละหลายแสนล้านบาทและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ได้แก่ธุรกิจด้านการบริการเป็นหลัก อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อให้เกิดโอกาสในการจ้างงาน ทำให้เกิดการลงทุนและการเติบโตของผู้ประกอบการของธุรกิจบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย พร้อมทั้งยังมีบทบาทในการช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาก่อให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลาย ด้วยการที่นำทรัพยากรในพื้นที่ท้องถิ่นมาประยุกต์เกิดเป็นงานประดิษฐ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและสร้างอาชีพให้กับผู้ที่ว่างงานให้กลายเป็นธุรกิจสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความสนใจในสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของระดับอำเภอ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังนี้

1.ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ “ฐานเศรษฐกิจ” กรมการท่องเที่ยว ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปีพ.ศ.2558 โดยประเมินจากข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 1 มกราคม 2559 พบว่าในปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยมากถึง 29.88 ล้านคน ขยายตัว 20.44% สร้างรายได้ 1.44 ล้านล้านบาทขยายตัว 23.53% ถือว่ามีการเติบโตสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นจากข้อมูลเบื้องต้น ประเมินว่าคนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศ 138.8 ล้านคนต่อครั้ง สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท ส่งผลให้ในปีพ.ศ.2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ 2.23 ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 2.20 ล้านล้านบาท ซึ่งเกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 3 หมื่นล้านบาท

2.เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ คุณปิยะมาน เตชะไพบูลย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) กล่าวว่า ณ ปัจจุบัน เม็ดเงินจากภาคการท่องเที่ยว คิดเป็น 8% ของ GDP นั่นคือ 1 ล้านล้านบาท และมีคนทำงานนับล้านคนอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ ภาคท่องเที่ยวคนส่วนใหญ่มองว่าเป็นแค่ ธุรกิจโรงแรมเอเยนต์ทัวร์นำเที่ยวแต่จริง ๆ มีมากกว่านั้นและสร้างธุรกิจต่อเนื่องตามมามากมาย เช่น ด้านสันตนาการจะมีสปา สนามกอล์ฟ สวนสนุก เรือภัตตาคาร ทางน้ำ เรือโดยสาร รถทัวร์ ขายเป็นที่ระลึก ที่ไม่ค่อยทราบกันคือ รายรับของภาคนักท่องเที่ยวหนึ่งในสามมาจากการขายของที่ระลึก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นงานภาคบริการที่สร้างธุรกิจต่อเนื่องจำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงานโดยตรง 2.5 ล้านคน และการจ้างงานโดยอ้อมอีก 2 ล้านคน เท่ากับมี 4 ล้านคนที่ทำงานในภาคท่องเที่ยว

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอย่างมาก รองจากกรุงเทพมหานครอันเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และโดยเฉพาะด้านการ

ท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีชื่อเสียงต่อ นักท่องเที่ยว จึงให้ความสนใจอย่างมากในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบ ครัน ได้แก่ การคมนาคม การไฟฟ้า การประปา ห้างสรรพสินค้าชื่อดังมากมาย ความบันเทิงต่าง ๆ และความที่คนชลบุรีมีอัธยาศัยดี เป็นต้น และยังมีการเติบโตของธุรกิจที่หลากหลาย ส่งผลถึง โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ได้เกิดขึ้นมากมาย จังหวัดชลบุรีจึงเป็นเมืองที่มีเศรษฐกิจมั่งคั่งมั่นคง และมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและ ได้รับความนิยมนมากที่สุดของจังหวัดชลบุรีก็คือ สัตหีบ

สัตหีบถึงแม้จะเป็นอำเภอเล็กๆแต่รายเส้นที่ด้วยสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล การเดินทาง สะดวกสุดๆ อยู่เลยพัทยามาทางเส้นสุขุมวิท ไปเพียงแค่ 25 กิโลเมตรขับรถไปไม่เกิน 20 นาที มี สถานที่ที่เที่ยวทางทะเลสุดชิลมากมาย ทั้งชายหาดและเกาะแก่งต่าง ๆ กำลังเป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสบรรยากาศของชายทะเลที่มีหาดทรายขาวละเอียดเนียนนุ่มเท้า น้ำทะเล ฟ้าใสเนื่องจากพื้นที่ทางทะเลในสัตหีบส่วนใหญ่อยู่ในเขตการดูแลของราชนาวีไทยและได้รับการ อนุรักษ์ดูแลเป็นอย่างดีชายหาดในสัตหีบ มีการแชร์ต่อเนื่องกันในสื่อออนไลน์ทำให้สัตหีบทุก วันนี้เป็นสถานที่ที่เที่ยวยอดฮิตไม่แพ้เมืองท่องเที่ยวทางทะเลอื่นๆนอกจากสัตหีบจะมีสถานที่เที่ยว ทางทะเลอันสวยงามไม่แพ้ที่ใดในประเทศแล้วสัตหีบยังมีสถานที่เที่ยวอื่นๆที่น่าสนใจอีกมากมาย อาทิ วัฒนาอารามที่พุทธศาสนิกชนควรมาเยี่ยมชมสักการะสักครั้งเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตแถมยัง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอีกหลายแห่ง เช่นพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา เกาะ ทะเลไทย และ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไทย เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี” เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการด้านบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจ นำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจคลินิก โรงพยาบาลต่าง ๆ เป็นต้น ในการปรับปรุง และพัฒนาการบริการต่าง ๆ ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอ สัตหีบ จังหวัดชลบุรี และเพื่อประโยชน์สำหรับผู้สนใจลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจบริการต่างๆ ที่มี ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รวมถึงเป็นแนวทาง ให้กับหน่วยงานของรัฐ รวมถึงในการวางแผน การกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านการบริการต่างๆ เพื่อขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มภาพลักษณ์ และรวมถึงเพิ่ม รายได้ให้กับประเทศในการเปิดอาเซียนอันไกลนี้ โดยผู้วิจัย เลือกทำการศึกษาในเขตอำเภอสัตหีบ เนื่องจากว่าเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

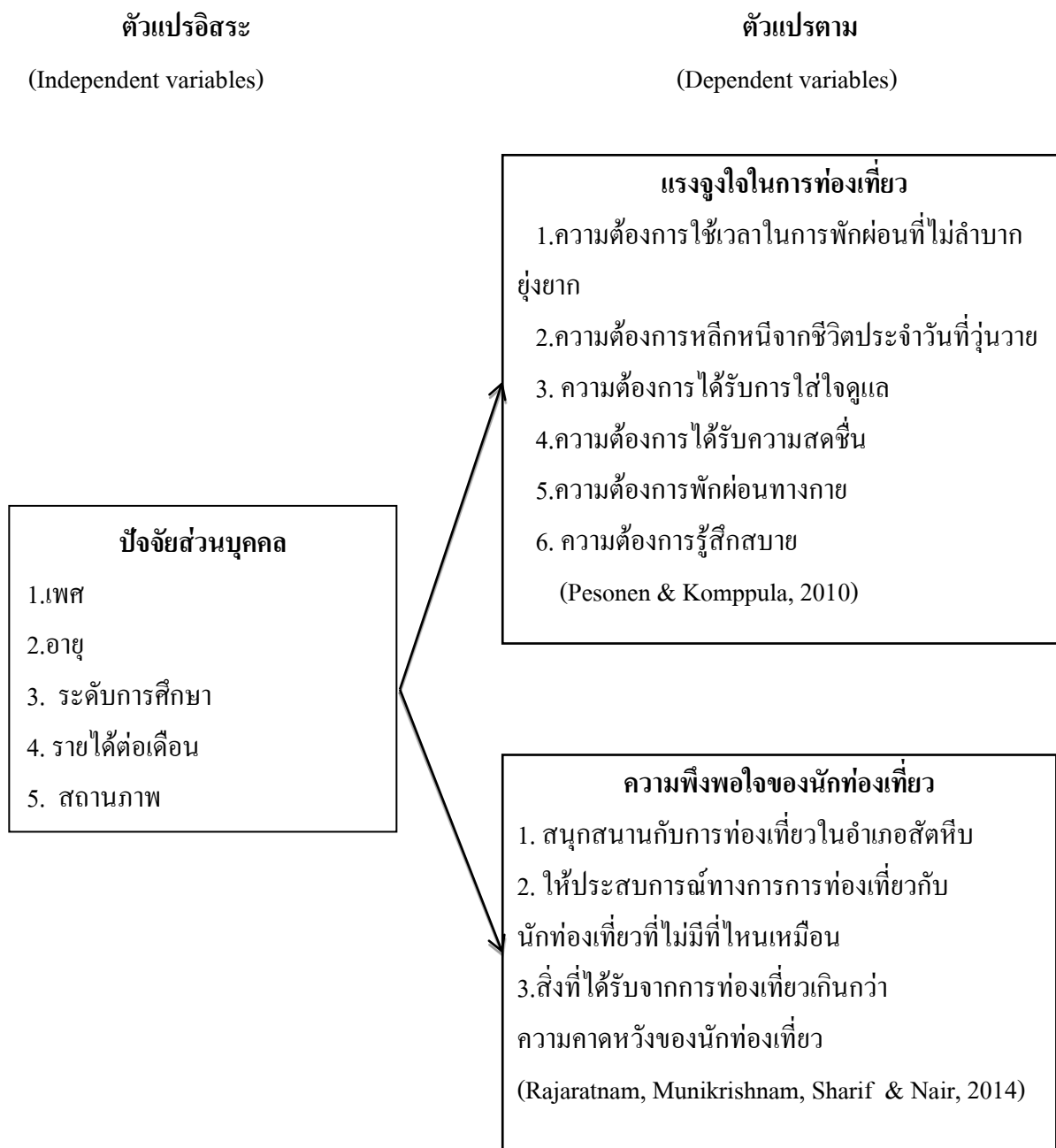
เพื่อศึกษาแรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และแรงจูงใจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพด้านการบริการต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยว และให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอสตหีบ สามารถนำผลการวิจัยจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรี
3. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวนอกพื้นที่รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน สามารถนำผลการวิจัยจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ และเพื่อให้มีศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล

1.2 ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรี

2.ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล ประมาณ 5 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรงหรือหารายได้ แต่เป็นการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ได้แก่ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้ และประสบการณ์ใหม่ อาทิเช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเที่ยวชมธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่มีความน่าดึงดูดใจหรือมีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะมีความบันเทิง ความสวยงามทางธรรมชาติ และความมีชื่อเสียง ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอสัตหีบ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลชาวต่างชาติ ประชาชนชาวไทย ที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนมายังอำเภอสัตหีบ อาศัยอยู่เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้พักแรมอยู่สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง บางประเทศก็เรียกว่า Night Visitor

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงผลักดันในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคล ซึ่งจะสร้างความกระตือรือร้นไม่ย่อท้อต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย เช่น ความต้องการหรือความปรารถนาในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่

ความต้องการใช้เวลาในการพักผ่อนที่ไม่ลำบากยุ่งยาก (Have a hassle-free time) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่มี ความยุ่งยากหรือลำบากในการเดินทางท่องเที่ยว

ความต้องการหนีจากชีวิตประจำวันที่น่าวุ่นวาย (Escape from a busy everyday life) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนและการผ่อนคลาย เพื่อหนีจากชีวิตประจำวันที่น่าวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว

ความต้องการได้รับการใส่ใจดูแล (Being pampered) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ความต้องการได้รับความสดชื่น (Get refreshed) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวในการพักผ่อนและการผ่อนคลาย เพื่อให้ได้รับความสดชื่นจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ และการได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ

ความต้องการพักผ่อนทางกาย (Have an opportunity for physically rest) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวในการพักผ่อนทางด้านร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายทางด้านร่างกาย

ความต้องการทำให้ร่างกายกระปรี้กระเปร่า (Have an opportunity to be physically active) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว ได้แก่ การอาบแดด การเล่นน้ำทะเล การดำน้ำ เป็นต้น

ความต้องการรู้สึกสะดวกสบาย (Have a sense of comfort) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนและการผ่อนคลายที่ให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีการตอบสนองต่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพบริการจากการรับรู้ ที่ได้จากรู้สึก ความคาดหวัง ความคิดเห็น และทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการ

สนุกสนานกับการท่องเที่ยวในอำเภอสัตหีบ (Enjoyed visit to Sattahip) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอสัตหีบ

ให้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีที่ไหนเหมือน (Offer unique tourists' experiences) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านการเกิดความประทับใจ จนนำไปสู่การจดจำเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีที่ไหนสามารถให้ได้ ภายหลังจากได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น

สิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเกินกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Have exceeded expectations) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านการเกิดความประทับใจที่มีมากกว่าความคาดหวังในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าข้อมูลแรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ด้วยการนำเอาทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการประกอบการศึกษางานวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวได้มีการพิจารณาอย่างกว้างขวาง ซึ่งแรงจูงใจจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือเงื่อนไขของแต่ละบุคคล อันเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมี แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการกระทำยังมี ความเกี่ยวข้องอย่างมากต่อการเกิดความพึงพอใจ (Beerli & Martin, 2004)

สร้อย คำวิสุข (2551) ได้สรุปความหมายของแรงจูงใจหมายถึง การให้พลังในการแสดงพฤติกรรมออกมา โดยแบ่งออกเป็น การให้พลังในการแสดงพฤติกรรมที่ได้จากแหล่งภายใน เช่น ได้แก่ความหิว อันเกิดจากความต้องการทางด้านสรีรวิทยา ส่งผลให้เกิดแรงขับเคลื่อนของร่างกายที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมออกมา โดยมีจุดประสงค์ในการแสวงหาอาหารและนำอาหารมาบำบัดความหิวหรือเป็นการตอบสนองความต้องการของร่างกาย เพื่อการให้พลังในการแสดงพฤติกรรมที่ได้จากแหล่งภายนอก เช่น ได้แก่ความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม อันเกิดจากความต้องการทางด้านจิตวิทยา ที่เป็นสิ่งกระตุ้นอันส่งผลให้เกิดแรงขับเคลื่อนแก่บุคคลนั้นในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา “เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือความต้องการของตนเอง”

พิบูลย์ ทีปะปาล (2550) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลเพื่อกระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลนั้นได้แสดงพฤติกรรมออกมา และมีวัตถุประสงค์ในการมุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลนั้น แรงจูงใจถือเป็นจุดเริ่มต้น

ในการผลักดันให้บุคคลได้แสดงพฤติกรรมออกมาตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วยได้แก่ แรงขับแรงกระตุ้น และความปรารถนาหรือความต้องการ ซึ่งแรงจูงใจที่เกิดจากความปรารถนาหรือความต้องการ อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือสิ่งเร้าภายนอก ดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวบุคคล อันมีผลกระตุ้นให้บุคคลนั้นได้และแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างของแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวบุคคล ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น ความคาดหวัง ทัศนคติ ความพึงพอใจ และการมองเห็นคุณค่า เป็นต้น

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากภายนอกของตัวบุคคล อันมีผลกระตุ้นให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างของแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากภายนอกของตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลเกิดการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความชอบรูปแบบของนิตยสาร ความต้องการร่วมสนุกในการชิงรางวัลของนิตยสาร เป็นต้น

ลักษณะของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

Vroom (2005) ได้กล่าวถึงลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ส่งผลทำให้เกิดการท่องเที่ยวหรือลักษณะของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 7 ประการ คือ

1. การใช้การท่องเที่ยวเป็นสิ่งทดแทนของความต้องการที่ได้ขาดหายไป
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจส่งผลให้เกิดแรงกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยว
3. ภาพลักษณ์และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
4. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
5. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
6. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
7. สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความหมายและสามารถกำหนดรูปแบบได้ด้วยตัวของมันเอง

จากแนวคิดข้างต้นเรื่องลักษณะของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ทั้ง 7 ประการ จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยว(Tourism) เป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้ในการตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมือนกันอาจมีการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันก็เป็นได้

องค์ประกอบของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

Page and Hall (2003) ได้กล่าวว่า สำหรับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจจะเป็นแรงผลักดันในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจระทำการท่องเที่ยวใน

วันหยุดพักผ่อนหรือในเวลาว่าง สอดคล้องกับแนวคิดของสุรียรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวตามที่บุคคลนั้นต้องการ ได้แก่ องค์ประกอบที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. สิ่งกระตุ้นด้านความต้องการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว

2. สิ่งกีดขวางด้านความต้องการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สิ่งที่ทำให้ความต้องการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวถูกระงับหรือจะให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นต้น

3. สิ่งกระทบในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งจากทางตรงและทางอ้อม อันทำให้เกิดความรู้สึกที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม

4. บทบาทของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวหรือสิ่งกระตุ้นเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางจึงเป็นสิ่งสำคัญอันแสดงให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวถึงจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ Pizam, Neumann and Reichel (1979) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะใช้ความต้องการหรือความปรารถนาเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเหล่านั้นตัดสินใจเลือกรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Ryan (2001) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านจิตวิทยาอธิบายได้เป็นอย่างดีเกี่ยวกับความต้องการด้านการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเรียกว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว คือ การเติมเต็มสิ่งต้องการของนักท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงจากโลกส่วนตัว การพักผ่อนและผ่อนคลาย โอกาสในการเรียนรู้ และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งแรงจูงใจที่พบมากสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การพักผ่อนและผ่อนคลาย การหลีกเลี่ยงจากโลกส่วนตัว การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การเรียนรู้ การออกกำลังกาย การเยี่ยมชมเพื่อนหรือญาติ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Huang and Tsai (2003) ได้เสนอแนวคิดที่นักท่องเที่ยวจะมีเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยมีจุดประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1. การพักผ่อนและผ่อนคลาย (Rest & relaxation)
2. การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction)

3. เพื่อสุขภาพ (Health)
4. การเรียนรู้ (Learning)
5. การมองหา (Seeking)
6. การหลีกเลี่ยงสิ่งวุ่นวาย (Escaping)
7. สิ่งดึงดูด (Attracting)
8. ค่าใช้จ่าย (Cost)
9. ความคิดถึง (Nostalgia)
10. การเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์ (Visit historical sites)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นความต้องการของตัวบุคคลที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นหรือช่วยยู่ให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ทั้งแรงกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลและแรงกระตุ้นจากภายนอกตัวบุคคล โดยการแสดงการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือจุดประสงค์ของสิ่งที่ต้องการที่ได้กำหนดไว้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีกระบวนการแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น ได้แก่ แรงจูงใจในการเดินทางไปพักผ่อนแรงจูงใจในการแสวงหาความตื่นเต้น เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Dann (2001) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้พื้นฐานของปัจจัยหลักและปัจจัยดึง โดยแรงจูงใจหลัก คือ ได้แก่แรงผลักดันที่เกิดจากภายในของบุคคล และจะเป็นตัวกำหนดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ส่วนแรงจูงใจดึง หรือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นแรงสนับสนุนให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว

สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2555) ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและทฤษฎีทางสังคมวิทยามาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว ได้แก่ กระบวนการแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยดึง (Pull factor) หมายถึง ปัจจัยภายนอกของตัวบุคคลที่มีส่วนในการส่งเสริมหรือจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ประเทศที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีจะมีความเอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวในการมีอำนาจการซื้อของที่สูง และนักท่องเที่ยวยังมีโอกาสในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นในประเทศนั้นได้หลายสถานที่ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler fedler ได้นำเสนอข้อคิดทางพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ว่า “มนุษย์มักแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างออกไป

จากเดิมเพื่อใช้ชดเชยสิ่งที่ตนเองไม่มี” จากหลักจิตวิทยา นี้ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิอากาศที่มีความแตกต่างจากประเทศของตนเองสามารถดึงดูดให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้ และ “หลักจิตวิทยาดังกล่าวอาจสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้” กล่าวคือนักท่องเที่ยวจะเกิดความนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศแตกต่างไปจากประเทศของตนเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไป หรือเพื่อแสวงหาสิ่งที่ทดแทนในสิ่งที่ตนไม่มี เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญอันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศของตน

1.3 ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลในสังคมนั้น ซึ่งในขณะเดียวกัน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เทศกาล และประวัตินิยม สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจให้บุคคลจากสังคมอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศท้องถิ่นของตนเองได้

1.4 ปัจจัยทางการเมือง ประเทศที่มีสถานการณ์ทางการเมืองที่มีความมั่นคงจะยอมเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศของตนได้ และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจจะเป็นสิ่งขวางกั้นหรือเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นได้เช่นกัน

1.5 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานของสิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เช่น เทคโนโลยีที่มีความล้ำหน้าในบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

1.6 ปัจจัยทางด้านค่านิยม เนื่องจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น มักจะมีการถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนเป็นประจำ ซึ่งเป็นการสร้างภาพพจน์ให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง หากข่าวสารหรือข้อมูลที่ได้ปรากฏบนสื่อต่าง ๆ แสดงถึงภาพลักษณ์ในเชิงบวก สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นก็จะสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ในทางตรงกันข้าม หากข่าวสารหรือข้อมูลที่ได้ปรากฏบนสื่อต่าง ๆ แสดงถึงภาพลักษณ์ในเชิงลบ ได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

2. ปัจจัยผลัก (Push factor) หมายถึง ปัจจัยภายในของตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้สึกหรือความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และทำให้เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่ง Maslow ได้กล่าวถึงเรื่องปัจจัยผลกว่า “บุคคลจะมีการแสดงพฤติกรรม

ต่าง ๆ ออกมา เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้นซึ่งความต้องการที่มีความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความต้องการผ่อนคลายความเครียด และต้องการได้รับความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน และความบันเทิง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological needs) ของนักท่องเที่ยว

2.2 นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านพาหนะในการเดินทาง ด้านที่พักอาศัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารที่มีปลอดภัยและความสะอาด และยังคงต้องการผู้ให้บริการที่มีความจริงใจ รวมถึงการให้บริการด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความถูกต้อง และสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองความต้องการทางด้านปลอดภัย (Safety needs) ของนักท่องเที่ยว

2.3 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อผู้ให้บริการ โดยให้ผู้ให้บริการเกิดการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ และมีความคาดหวังให้ผู้ให้บริการสามารถจดจำชื่อ หรือนามสกุล หรือข้อมูลส่วนตัว ได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากเป็นการแสดงได้ถึงความเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคมนั้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองความต้องการได้รับการยอมรับทางสังคม (Belonging/Social needs) ของนักท่องเที่ยว

2.4 นักท่องเที่ยวบางคนมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เปิดประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยว และให้ได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสะสมประสบการณ์ที่สามารถเสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเองและสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem needs) ของนักท่องเที่ยว

2.5 นักท่องเที่ยวบางคนมีความนิยมในการเดินทางและสำรวจแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในท้องถิ่นนั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีการเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักและทำความเข้าใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและจะมีนักท่องเที่ยวหนึ่งคนหนึ่งก็สามารถมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลซึ่งได้แก่ สิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self,Actualization needs) ของนักท่องเที่ยว

สอดคล้องกับแนวคิดของ Yoon and Uysal (2005) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยหลักมีความเกี่ยวข้องกับภายในบุคคลหรือมุมมองด้านอารมณ์ ได้แก่

1.1 ความต้องการหลีกเลี่ยงหนีความวุ่นวาย (Escape)

1.2 ความต้องการพักผ่อนและผ่อนคลาย (Rest & relaxation)

1.3 ความต้องการผจญภัย(Adventure)

1.4 ความต้องการการเข้าสังคม (Social interaction)

2. ปัจจัยดังจะมีความเกี่ยวข้องกับภายนอกบุคคลหรือมุมมองด้านความรู้ทัศนคติเพื่อใช้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่

2.1 ลักษณะของธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่นซึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งทัศนคติก็อาจเป็นปัจจัยผลักดันได้

Devesa, Laguna and Palacios (2010) มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นแนวคิดหลักที่มีความสำคัญอย่างมากที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีมุมมองที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจจะเป็นตัวกำหนดเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยว กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง และกำหนดความพึงพอใจของการท่องเที่ยวในครั้งนั้นด้วย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับตลาดการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตและได้มีการจำแนกปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทั้งปัจจัยด้านแรงผลักดันและปัจจัยแรงดึงของแรงจูงใจของการท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. การมองหาความเงียบสงบ (Visitor looking for tranquility), การพักผ่อน (Rest) และการติดต่อกับธรรมชาติ (Contact with nature) เป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการหรือความปรารถนาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง โดยมีจุดประสงค์ ดังนี้

1.1 เพื่อมองหาสถานที่ที่มีความเงียบสงบ (Looking for tranquility)

1.2 หลีกหนีความจำเจในราคาค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง (Non-expensive routine escape)

1.3 การพักผ่อน (Rest)

1.4 การรับรู้ของสถานที่แห่งใหม่ (Knowing new places)

1.5 ติดต่อกับธรรมชาติ (Contact with nature)

1.6 ความใกล้ชิด (Proximity)

2. การเยี่ยมชมวัฒนธรรม(Cultural visitor) เป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง จึงเกิดความต้องการอยากจะทำเส้นทางท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ ดังนี้

2.1 การเที่ยวชมอนุสาวรีย์ (Monuments sightseeing)

- 2.2 แรงจูงใจของวัฒนธรรม (Culture motivation)
- 2.3 การรับรู้ของสถานที่แห่งใหม่ (Knowing new places)
3. ความใกล้ชิด (Proximity), เทศกาลอาหาร (Gastronomic) และการเยี่ยมชมธรรมชาติ (Nature visitor) เป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ประกอบการท่องเที่ยว ดังนี้
 - 3.1 เหตุผลของการทำงาน (Working reasons)
 - 3.2 เหตุผลของเทศกาลอาหาร (Gastronomic reasons)
 - 3.3 ความใกล้ชิด (Proximity)
 - 3.4 การเยี่ยมชมสวนธรรมชาติ (Visiting natural parks)
 - 3.5 การฝึกฝนด้านกีฬา (Practicing sport)
 - 3.6 ติดต่อกับธรรมชาติ (Contact with nature)
4. การเดินทางกลับมาของนักท่องเที่ยว (Return tourist) เป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางกลับไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทางอีกครั้งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้
 - 4.1 เยี่ยมเพื่อนฝูง (Visiting friends)
 - 4.2 เป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยแห่งที่สอง (Owning a second residence)
 - 4.3 พื้นที่เทศกาลเฉลิมฉลอง (Local festivities)
 - 4.4 การพักผ่อน (Rest)

Pesonen and Komppula (2010) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจและความคาดหวัง และได้ทำการจำแนกปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทั้งปัจจัยที่แสดงถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยดังนี้

1. ความต้องการใช้เวลาในการพักผ่อนที่ไม่ลำบากยุ่งยาก (Have a hassle-free time) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่มี ความยุ่งยากหรือลำบากในการเดินทางท่องเที่ยว
2. ความต้องการหลีกหนีจากชีวิตประจำวันที่วุ่นวาย (Escape from a busy everyday life) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนและการผ่อนคลาย เพื่อหลีกหนีจากความวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว
3. ความต้องการได้รับการใส่ใจดูแล (Being pampered) หมายถึง นักท่องเที่ยว มีความต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

4. ความต้องการได้รับความสดชื่น (Get refreshed) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในการพักผ่อนและการผ่อนคลาย เพื่อให้ได้รับความสดชื่นจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ และการได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ

5. ความต้องการพักผ่อนทางกาย (Have an opportunity for physically rest) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในการพักผ่อนทางด้านร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายทางด้านร่างกาย

6. ความต้องการทำให้ร่างกายกระปรี้กระเปร่า (Have an opportunity to be physically active) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว ได้แก่ การอาบแดด การเล่นน้ำทะเล การดำน้ำ เป็นต้น

7. ความต้องการรู้สึกสะดวกสบาย (Have a sense of comfort) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนและการผ่อนคลายที่ให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว

8. ความต้องการใช้เวลาสำหรับการพักผ่อนจากชีวิตปกติที่เป็นอยู่ (Relaxing away from the ordinary) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อน เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่หรือรับรู้สิ่งใหม่ที่แตกต่างจากเดิมหรือไม่เคยได้รับการดำเนินชีวิตประจำวัน

9. ความต้องการมีโอกาสนในการพบปะผู้คนที่น่าสนใจ (Having a chance to meet interesting people) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพบปะผู้อื่น อันเป็นการสร้างสัมพันธ์หรือความรู้จักกับบุคคลอื่นที่เป็นทั้งนักท่องเที่ยวด้วยกันและบุคคลในท้องถิ่น

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Pesonen and Komppula (2010) ทั้ง 7 ด้าน มีความสอดคล้องในการใช้ประเมินแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้วิจัยที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการและแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเยี่ยมชมเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มผู้สูงวัย ในเขตอำเภอเมืองสตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ทราบถึงจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงวัย ที่เดินทางมาเยี่ยมชมเยือนในเขตอำเภอเมืองสตหีบ จังหวัดชลบุรี

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาผลลัพธ์ที่ออกมาในรูปแบบของความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวหลังจากที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการรับรู้หรือการประเมินผ่านทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว

Vroom (2005) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทัศนคติและความพึงพอใจสามารถใช้ทดแทนกันได้ เพราะมีความหมายของผลลัพธ์ที่ได้จากการที่บุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งใดสิ่งนั้น ซึ่งทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพของความพึงพอใจ ส่วนทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพของความไม่พึงพอใจ

Kotler (2008) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกทั้งในรูปแบบมีความสุขและไม่มีความสุข อันเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบด้านการรับรู้ในสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับด้านความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการ ถ้าการรับรู้ในสินค้าหรือบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2551) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของสินค้าหรือบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ หากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าแสดงว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจ แต่หากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าแสดงว่าลูกค้าไม่เกิดความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าหรือบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่จะเกิดภายหลังจากการเกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการ ผลลัพธ์จะปรากฏเป็นความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (Perceived performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Expected performance) หากผลการทำงานของผลิตภัณฑ์มีความเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในที่สุด

ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2008) ที่ได้กล่าวว่า หากผลลัพธ์จากการทำงานของสินค้าหรือบริการมีค่าเท่ากับความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่หากผลลัพธ์จากการทำงานของสินค้าหรือบริการมีค่าสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้ามาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

Shelly (1995) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึกของมนุษย์ที่มี 2 แบบ คือ

1. ความรู้สึกเชิงลบ คือ ความรู้สึกที่ไม่ทำให้เกิดความสุข เนื่องจากการได้รับการตอบสนองที่ไม่ตรงกับความต้องการทั้งจากบุคคล สถานที่ สภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านอื่น ๆ จนทำให้เกิดความรู้สึกไม่ดีต่อสิ่งๆ นั้น

2. ความรู้สึกเชิงบวก คือ ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความสุข ซึ่งความสุขเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกเชิงบวกอื่น ๆ เนื่องจากเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับอันทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่มีความสลับซับซ้อน และจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกเชิงบวกอื่น ๆ

โดยความรู้สึกของมนุษย์ทุกประเภทจะต้องอยู่ในกลุ่มความรู้สึกทั้ง 2 แบบนี้ และจะเห็นได้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกเชิงลบ ความรู้สึกเชิงบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นเกิดความรู้สึกเชิงบวกมากกว่าความรู้สึกเชิงลบ นอกจากนี้ความพึงพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของความรู้สึกเชิงบวกในแบบต่าง ๆ ได้ และความรู้สึกเชิงบวกเหล่านี้ยังสามารถช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจได้อีก

ความพึงพอใจ คือ สิ่งที่ทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพึงพอใจ สิ่งเหล่านี้ ได้แก่ ทรัพยากรหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ระบบความพอใจ เป็นการศึกษาทรัพยากรหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดก็ต่อเมื่อได้ทรัพยากรที่ต้องการอย่างครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดก็ต่อเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม ซึ่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพถือเป็นทรัพยากรของระบบความพึงพอใจอย่างหนึ่ง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับมนุษย์จะสามารถศึกษาได้อย่างชัดเจน ด้วยการแยกออกเป็นปฏิกิริยา (Reaction) และการตอบรับ (Response) ของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระของมนุษย์ที่สามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบรับของมนุษย์ หมายถึง ทักษะคิด การรับรู้ และพฤติกรรมที่แสดงออกมาของมนุษย์ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การตอบรับทางสังคม จิตวิทยา และพฤติกรรม (Social - psychological & behavioral response) โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

1. ลักษณะของบุคคลซึ่งเป็นผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ

3. การรับรู้ของบุคคล
4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคล
5. ความพึงพอใจในสภาพแวดล้อม

จะเห็นได้ว่า ปัจจัย 2 กลุ่มแรก คือ สิ่งที่ใช้ป้อนเข้าสู่ระบบ โดยลักษณะของบุคคลซึ่งเป็นผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม จะรวมถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านรูปแบบวงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลัง คือ ผลลัพธ์ที่ได้ส่งออกมาจากระบบ ซึ่งการที่บุคคลจะมีการรับรู้ด้านสภาพแวดล้อมใดๆ นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลเหล่านั้น รวมถึงในการประเมินผลของความพึงพอใจทางกายภาพของบุคคลก็มาจากการรับรู้ด้านพฤติกรรมของบุคคลที่ได้รับการแสดงออกมา และในการประเมินผลด้านพฤติกรรมของบุคคลที่ได้รับการแสดงออกมานี้จะสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบุคคลนั้น

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว

Chen and Tsai (2007) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายหลังจากการได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยความพึงพอใจที่จะได้จากสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ประกอบด้วย

1. การที่นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน (Overall enjoyment that the tourists feel)
2. การตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (The tour experience able to fulfill the tourists' desires)
3. ความคาดหวัง (Expectation)
4. ความจำเป็นและความต้องการจากการท่องเที่ยว (Needs & wants from the tour)

Tian (1999) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากความพึงพอใจเป็นการประเมินผลภายหลังจากการท่องเที่ยว ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการทางการเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างความจงรักภักดี (Loyalty) ซึ่งจะช่วยในการรักษานักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมไว้ และยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวก (Positive behavioral intention) ต่อการใช้บริการนั้นด้วย อีกทั้งผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวสามารถทราบระดับของความจงรักภักดีได้จากพฤติกรรมการกลับมา

เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวยังบอกเล่าถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในทิศทางบวก ซึ่งเป็นผลมาจากความพึงพอใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ได้ประเมินจากประสบการณ์ภายหลังจากที่ได้มีการท่องเที่ยว โดยมีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้

Rajaratnam, Munikrishnan, Sharif and Nair (2014) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว แบ่งออกได้ ดังนี้

1. สนุกสนานกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Enjoyed visit to the destination)

หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว

2. ให้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีที่ไหนเหมือน (Offer unique tourists' experiences) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านการเกิดความประทับใจ จนนำไปสู่การจดจำเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีที่ไหนสามารถให้ได้ ภายหลังจากได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

3. สิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเกินกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Have exceeded expectations) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในเชิงบวกด้านการเกิดความประทับใจที่มีมากกว่าความคาดหวังในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ซึ่งปัจจัยในการประเมินความพึงพอใจนี้มีความเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวทั้งในเรื่องด้านการบริการและด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจริงหรือการรับรู้จากการบริการด้านการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับหลังจากมีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งจะทำได้ทำให้สามารถรับรู้ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านการบริการและสถานที่ท่องเที่ยวได้

สำหรับการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรตามการศึกษางานวิจัยของ Rajaratnam, Munikrishnan, Sharif and Nair (2014) ทั้งนี้เพราะวัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของผู้วิจัย คือ เพื่อสำรวจคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้

ทราบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยว ในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

แนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550)กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยอายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่ง ส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนด ตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ดังนี้

1. เพศ สามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยคุณสมบัติของผู้บริโภคเป็นหลัก ในการตอบสนองความต้องการซึ่งเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ เพราะปัจจุบันตัวแปร ด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคมมาก เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติการรับรู้และ การตัดสินใจในเรื่องการซื้อสินค้าบริโภคต่าง ๆ กัน

2.อายุ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจ สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันและได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุนั้น

3. สถานภาพครอบครัว ลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุแรก สมรส) การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการตาย, การแยกกันอยู่, การหย่าร้าง) และ การ สมรสใหม่ สถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย สถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลคนใดจะมีอิสรภาพ ความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

4. รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income education & occupation) เป็นตัวแปร ที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด มีแนวโน้มความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุและผล ส่วน ใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง บุคคลที่มีการศึกษาดำเนินงานระดับสูงยากจึงทำให้มี รายได้ต่ำ ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิตค่านิยม อาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ นักการตลาดจะโยงเกณฑ์รายได้พร้อมกับตัวแปรทางด้าน ประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพร่วมกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ส่วนผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน

วิดิเนีย มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพและระดับการศึกษาที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพและระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บุญเหลือมีประวัติ(2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ระหว่าง 30 – 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชน อัตราเงินเดือนระหว่าง 12,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัยต่างจังหวัด ปัจจัยของแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้านที่สูงที่สุดคือ ด้านทางอารมณ์อยู่ในระดับมากที่สุด และการเปรียบเทียบปัจจัย

ส่วนบุคคล ในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน ต่างกัน ยกเว้น รายได้ต่างกันทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวต่างกัน

นันทิตาเพชรภรณ์(2556) ศึกษาพฤติกรรมการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศอายุรายได้ และสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศอายุระดับการศึกษารายได้และสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการบริการและความปลอดภัยและด้านอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายและลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่และด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยวการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวการจัดสรรค่าใช้จ่ายและลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

มาลินี สนธิมูล(2557) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสัญชาติ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักผ่อนในโรงแรมระดับ 5 ดาวส่วนใหญ่ ได้แก่ เหตุผลหลักที่ใช้เลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยระยะเวลาที่ใช้บริการพักผ่อนในโรงแรมระดับ 5 ดาว และช่องทางของข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

รัสมนต์คำศรี(2557) ศึกษาพฤติกรรมการและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดนอำเภอระโนดจังหวัดสงขลา ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดนพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .001 นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศสถานภาพระดับการศึกษาอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

เจตน์สฤษดิ์ สังขพันธ์ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้

บริการตลาดน้ำคลองแหด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมากส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย เรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. ลักษณะของแบบสอบถาม
5. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล
7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัด ชลบุรี รวมทั้งสิ้น 1,000 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัด ชลบุรี กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) จากจำนวนประชากร 1,000 คน และกำหนดค่า ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนี้

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

โดยที่

n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	=	ขนาดของประชากร
e	=	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{1,000}{1+(1,000)(0.05)^2} \\ n &= 385.71 \end{aligned}$$

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง $n = 385.71$ คน จึงใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 386 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 14 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามสังกัด แล้วเลือกสุ่มจำนวนสมาชิกที่กำหนดไว้ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีการนี้จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มตามที่กำหนด ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ท่องเที่ยว	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
กลุ่ม 1 นักท่องเที่ยวที่หาดนางรำ	160	39
กลุ่ม 2 นักท่องเที่ยวที่หาดเตยงาม	191	49
กลุ่ม 3 นักท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดสาร	219	77
กลุ่ม 4 นักท่องเที่ยวที่อ่าวดวงตาล	281	126
กลุ่ม 5 นักท่องเที่ยวที่หาดทรายแก้ว	108	79
กลุ่ม 6 นักท่องเที่ยวที่บ้านอำเภอ	41	16
รวม	1,000	386

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยทำหนังสือพร้อมทั้งแบบสอบถามถึงหัวหน้าหน่วยงานและมอบแบบสอบถามให้กับลูกค้าและจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในอำเภอสัตหีบ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้การวิจัย เรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย วารสาร และ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานวิจัยแห่งชาติ หน่วยงานราชการ และห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพปัจจุบันและปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก
3. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) แล้ว มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้วิธีวัดค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
5. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และคัดเลือกข้อคำถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis)
6. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องและสำนวนภาษาปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Check list) โดยใช้มาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert)

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating scale 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน

5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเกณฑ์เป็น 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด โดยใช้สูตรภาคพื้นจากเกณฑ์แปลความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	น้อย
2.51 – 3.50	ปานกลาง
3.51 – 4.50	มาก
4.51 – 5.00	มากที่สุด

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับ แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) เพื่อมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้วิธีวัดค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

(Index of Item - Object Congruence: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ที่มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5

โดยมีค่า IOC เฉลี่ยรวม 0.89 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับ แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ตารางที่ 3-2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	0.900
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	0.882
แบบสอบถามโดยรวม	0.911

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีผู้วิจัยกำหนดสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อใช้อธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยสถิติร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis) เพื่อทดสอบสมมุติฐานต่าง ๆ โดยเพศ ใช้ค่าสถิติแบบ Parametric แบบ Independent t-test และข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ส่วนอื่น ๆ ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ ใช้ค่าสถิติแบบ Nonparametric แบบ One-way ANOVA ในการหาความแตกต่างของตัวแปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ต้องเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
Adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
Sig.	แทน	ค่าสถิติที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	163	40.8
หญิง	237	59.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4-1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21 - 30ปี	10	2.5
31 - 40ปี	287	71.8
41 - 50ปี	78	19.5
มากกว่า 50 ปี	25	6.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 40ปี มีจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 50 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 - 30ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	215	53.8
สมรส	150	37.5
หม้าย/ หย่าร้าง	35	8.7
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาตามตารางที่4-3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ สมรส มีจำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และหย่าร้าง/หม้าย มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช.	48	12
อนุปริญญา/ ปวส.	57	14.25
ปริญญาตรี	216	54
สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีการศึกษา ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อนุปริญญา/ ปวส. มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และมัธยมศึกษา/ปวช. มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,000-15,000 บาท	35	8.8
15,001-20,000 บาท	105	26.2
20,001-30,000 บาท	170	42.5
สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	90	22.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาทมีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไปมีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาทมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่สำหรับพักผ่อน และผ่อนคลายจากความวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวัน	4.19	0.67	มาก
ความต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้าน ต่าง ๆ	4.67	0.62	มากที่สุด
ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งธรรมชาติ มี อากาศบริสุทธิ์ และได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนใน ท้องถิ่นและผู้ให้บริการ	3.59	1.01	มาก
ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อน และสร้างความสดชื่นให้ร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าใน ชีวิตประจำวัน	4.79	0.46	มากที่สุด
ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อน ที่ให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความ ยากลำบากในการท่องเที่ยว	4.32	0.98	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.29	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-5 พบว่าค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Reliability) ในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.29, SD. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนและผ่อนคลายร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าในชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย = 4.79, SD. = 0.46) รองลงมาคือความต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.67, SD. = 0.62) ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่

พักผ่อนทำให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว(ค่าเฉลี่ย= 4.32 , SD. = 0.98)ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายจากความวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวัน(ค่าเฉลี่ย = 4.19, SD. = 0.67) และน้อยที่สุดความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งธรรมชาติ มีอากาศบริสุทธิ์ และได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ(ค่าเฉลี่ย= 3.59, SD. = 1.01) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-6ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
ความรู้สึกพึงพอใจ สนุกสนาน มีความสุขจาก ประสบการณ์ที่ได้รับในการท่องเที่ยวอำเภอสตึกหีบ	3.99	0.871	มาก
ความรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสตึกหีบมีความ เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น	3.86	0.882	มาก
ความรู้สึกประทับใจ เกินกว่าความคาดหวังและ ต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอสตึกหีบอีกครั้ง	3.96	0.829	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.94	0.861	มาก

จากตารางที่ 4-6 พบว่าค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 3.94, SD. = 0.861) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดความรู้สึกพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในอำเภอสตึกหีบ(ค่าเฉลี่ย= 3.99, SD. = 0.871) รองลงมาคือความรู้สึกประทับใจและต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอสตึกหีบอีกครั้ง (ค่าเฉลี่ย= 3.96, SD. = 0.829)และความรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสตึกหีบมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่ไม่เหมือนสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น(ค่าเฉลี่ย= 3.86, SD. = 0.882) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-7 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	n	\bar{X}	SD	t	P-value
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ชาย	163	4.38	0.633	1.947	0.164
	หญิง	237	4.53	0.809		

*P-value < 0.05

จากตารางที่ 4-7 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-8 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงงูใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	อายุ	n	\bar{X}	SD	F	P-value
แรงงูใจในการท่องเที่ยว	21 - 30 ปี	10	4.00	1.054	21.061*	0.000
	31 - 40 ปี	287	4.54	0.693		
	41 - 50 ปี	78	4.81	0.397		
	มากกว่า 50 ปี	25	3.67	0.488		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงงูใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีแรงงูใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-9 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงงูใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ (\bar{X})	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
21 - 30 ปี	-			
31 - 40 ปี	0.540	-		
41 - 50 ปี	0.808*	0.268*	-	
มากกว่า 50 ปี	0.333*	0.873*	0.141	-

* P-value <0.05

จากตารางที่ 4-9 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงงูใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปีมีแรงงูใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขต

อำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อายุ 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอ สตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อายุ 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปี

สมมติฐานที่ 1.3ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-10ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	SD	F	P-value
แรงจูงใจในการ ท่องเที่ยว	มัธยมศึกษา/ปวช.	48	4.40	0.676	6.892*	0.000
	อนุปริญญา/ ปวส.	57	4.39	0.948		
	ปริญญาตรี	216	4.86	0.346		
	สูงกว่าปริญญาตรี	79	4.58	0.496		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-10พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-11 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา (\bar{x})	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
มัธยมศึกษา/ปวช.	-			
อนุปริญญา/ ปวส.	0.005	-		
ปริญญาตรี	0.468*	0.472*	-	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.186	0.191*	0.281	-

จากตารางที่ 4-11 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึกหีบ จังหวัดชลบุรี น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึกหีบ จังหวัดชลบุรี น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาโท

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึกหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-12 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	SD	F	P-value
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	10,000-15,000 บาท	35	4.64	0.557	6.673*	0.000
	15,001-20,000 บาท	105	4.59	0.726		
	20,001-30,000 บาท	170	4.17	1.073		
	สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	90	4.67	0.479		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-12 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-13 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (\bar{X})	10,000-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป
10,000-15,000 บาท	-			
15,001-20,000 บาท	0.044	-		
20,001-30,000 บาท	0.471*	0.427*	-	
สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.029*	0.073*	0.500	-

จากตารางที่ 4-13 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาทมี

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาทมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-14 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	สถานภาพ	n	\bar{X}	SD	F	P-value
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	โสด	295	4.10	1.313	9.254*	0.000
	สมรส	80	4.59	0.673		
	หม้าย/ หย่าร้าง	25	4.37	0.490		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-14 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ (\bar{x})	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง
โสด	-		
สมรส	0.540*	-	
หม้าย/ หย่าร้าง	0.808*	0.216	-

* P-value <0.05

จากตารางที่ 4-15 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและ หย่าร้าง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-16 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	n	\bar{x}	SD	t	P-value
ความพึงพอใจในการ	ชาย	163	2.75	0.983	3.512	0.062
ท่องเที่ยว	หญิง	237	3.00	0.988		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-16 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ

สมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-17 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	อายุ	n	\bar{X}	SD	F	P-value
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	21 – 30 ปี	10	2.50	0.527	3.613*	0.007
	31 – 40 ปี	287	3.02	0.948		
	41 – 50 ปี	78	2.96	1.167		
	มากกว่า 50 ปี	25	2.67	0.488		

*P-value < 0.05

จากตารางที่ 4-17 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ (\bar{x})	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
21 - 30 ปี	-			
31 - 40 ปี	0.524	-		
41 - 50 ปี	0.462	0.358	-	
มากกว่า 50 ปี	0.167*	1.024*	.962*	-

* P-value <0.05

จากตารางที่ 4-18 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-19 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ระดับการศึกษา	n	\bar{x}	SD	F	P-value
ความพึงพอใจ ในการ ท่องเที่ยว	มัธยมศึกษา/ปวช.	48	3.10	0.722	0.833*	0.006
	อนุปริญญา/ ปวส.	57	2.96	0.957		
	ปริญญาตรี	216	2.82	1.252		
	สูงกว่าปริญญาตรี	79	3.00	0.974		

จากตารางที่ 4-19พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-20การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา (\bar{x})	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
มัธยมศึกษา/ปวช.	-			
อนุปริญญา/ ปวส.	0.148	-		
ปริญญาตรี	0.286*	0.138	-	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.104*	0.043*	0.182	-

* P-value <0.05

จากตารางที่ 4-20ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวส. มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 2.4ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-21 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปร	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	SD	F	P-value
ความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยว	10,000-15,000 บาท	35	3.26	0.747	3.505*	0.008
	15,001-20,000 บาท	105	2.84	1.134		
	20,001-30,000 บาท	170	2.83	0.963		
	สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	90	3.00	0.830		

จากตารางที่ 4-21 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (\bar{X})	10,000-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป
10,000-15,000 บาท	-			
15,001-20,000 บาท	0.422	-		
20,001-30,000 บาท	0.424*	0.002*	-	
สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.257*	0.165*	0.167	-

* P-value < 0.05

จากตารางที่ 4-22 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและสูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาทมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีต่างกัน

ตารางที่ 4-23 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	สถานภาพ	n	\bar{X}	SD	F	P-value
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว	โสด	295	3.04	1.044	9.528*	0.000
	สมรส	80	3.03	0.514		
	หม้าย/ หย่าร้าง	25	2.96	0.990		

*P-value <0.05

จากตารางที่ 4-23 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสังขละบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

อายุ (\bar{x})	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง
โสด	-		
สมรส	0.641*	-	
หม้าย/ หย่าร้าง	0.629*	0.013	-

* P-value <0.05

จากตารางที่ 4-24 ผลการทดสอบรายคู่เปรียบเทียบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.2 มีอายุ 31 - 40ปี ร้อยละ 71.8 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.0

2. สรุปผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Reliability) ในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนและผ่อนคลายร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าในชีวิตประจำวัน รองลงมา คือ ความต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนที่ให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายจากความวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวัน และน้อยที่สุด ความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งธรรมชาติ มีอากาศบริสุทธิ์ และได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการตามลำดับ

3. สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุด ความรู้สึกพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในอำเภอสัตหีบรองลงมา คือ ความรู้สึกประทับใจและต้องการกลับมาท่องเที่ยวใน

อำเภอสตึกอีกครั้ง และความรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสตึกมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่ไม่เหมือนสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ตามลำดับ

4. สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อายุ 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อายุ 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาโท

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดย ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–15,000 บาท มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–30,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาทมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–30,000 บาท และ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.5ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง

สมมติฐานที่ 2ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21–30 ปี มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31–40 ปีมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

สมมติฐานที่ 2.3ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตูล จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่ระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 2.4ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–15,000 บาท มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–30,000 บาทและ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000–20,000 บาทมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000–30,000บาท และสูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2.5ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตหีบ จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจาก การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งกระตุ้นนี้จะเกิดขึ้นได้กับทุกคนทุกเพศขัดแย้งกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆกันแตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของเจตน์สถุญณ์ สังขพันธ์ (2558) ศึกษาความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของรัสมนต์ คำศรี (2557) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเหลือ มีประวัติ (2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า เพศ ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกันแต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาค้นคว้าด้านลักษณะประชากรที่ต่างกัน เช่น เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน และขัดแย้งกับงานวิจัยของนันทิศา เพชรภรณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิคินีย์ มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการและการตัดสินใจที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาค้นคว้าด้านลักษณะประชากรที่ต่างกัน เช่น อายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้าน โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคา สินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ

แตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิตา เพชรภรณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิจิณี มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ ที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของเจตน์สฤษฎ์ สังขพันธ์ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และขัดแย้งกับงานวิจัยของรศมนต์คำศรี(2557) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดนอำเภอระโนดจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอีกทั้งยังขัดแย้งกับงานวิจัยของบุญเหลือ มีประวัติ(2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า อายุที่ต่างกันไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างก็มีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า สถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลคนใดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้วเนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอพาร์ (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาค้นคว้าด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น สถานภาพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิตา เพชรภรณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ แตกต่างก็มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่าง

กัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิกิเนีย มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานภาพ ที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานภาพ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของเจดน์สฤษดิ์ สังข์พันธ์ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดหน้าคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และยังขัดแย้งกับงานวิจัยของรัสมนต์ คำศรี (2557) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ บุญเหลือ มีประวัติ (2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า สถานภาพ ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึกหีบ จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความต้องการและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิศา เพชรภรณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิกิเนีย มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระดับการศึกษา ที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง

แตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของเจตน์สถิตย์ สัจจพันธ์ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และยังขัดแย้งกับงานวิจัยของรัสมนต์ คำศรี (2557) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ บุญเหลือ มีประวัติ (2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินพบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอสตึก จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความต้องการและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เช่น รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนนทิทา เพชรภรณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของวิกิเนีย มายอร์ (2554) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีความพึงพอใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของเจตน์สถิตย์ สัจจพันธ์ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน และยังขัดแย้งกับงานวิจัยของรัสมนต์ คำศรี (2557) ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ บุญเหลือ มีประวัติ (2555) ศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอิน พบว่า รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรจัดให้มีสถานที่พักจัด กิจกรรมเสริมต่าง ๆ อาทิ สนามเด็กเล่น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐานสากลมีการ รักษาความปลอดภัยส่วนตัวในมีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ ต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวจัด สิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ เช่น สถานที่จอดรถ ต้องการให้มีการเผยแพร่ข้อมูลเส้นทางในการเดินทาง ดังนั้น ฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรนำข้อเสนอดังกล่าวไปประยุกต์และปรับปรุง เพื่อตอบสนอง ความต้องการและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น

2. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรจัดให้มีการดูแลรักษา สภาพแวดล้อม และดูแลความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้มีขยะ หรือสิ่งก่อสร้างความสกปรกลงไปใน น้ำ ควรปลูกจิตสำนึกและสร้างวินัยให้กับนักท่องเที่ยว และจัดหาถังขยะ โดยแยกตามประเภทให้เป็นสัดส่วน นำมาวางไว้ตามจุดต่าง ๆ เพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย และควรนำเสนอวิถี ทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตมากกว่าที่จะเน้นด้านการขายของเพียงอย่างเดียว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยว คงความเป็นธรรมชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรส่งเสริมการ ประชาสัมพันธ์ด้านสื่อการท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมและกระจายเท่าที่ควร สิ่งที่จะเป็นตัวสื่อสาร โฆษณาที่ดีคือการบอกเล่าแบบปากต่อปาก รวมทั้งจะต้องทำการตลาดทางการท่องเที่ยวควบคู่ไป ด้วย และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคลและที่ไม่ใช่บุคคล เพื่อช่วย กระจายข่าวสาร เช่น โทรทัศน์ นิตยสารท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต วิทยุชุมชน ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ของจังหวัด สารคดีท่องเที่ยวต่างๆ การเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ภายใต้การจัดการงานหรือ กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในและนอกสถานที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้จัก และรับรู้ถึงในตัวผลิตภัณฑ์ทางการ

ท่องเที่ยว ซึ่งควรทำการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องโดยตลอด เพื่อช่วยกระตุ้นและสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องมีการจัดเทศกาลตามฤดูกาลต่าง ๆ ไปด้วย หรือจัดให้มีการลดราคาที่พัก และทำข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยทำเป็นแผ่นพับ ปฏิทินการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

4. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรจัดให้มีการเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ในเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มวิธีการสื่อสารและให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยอาจจัดทำเป็นป้ายข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นสากล สามารถอ่านและเข้าใจง่าย นำมาเสนอ แนะนำและประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ได้รับรู้อย่างทั่วถึง

5. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านค้าต้องดูแลรักษาความสะอาดของสินค้าและสถานที่บริการของตน สินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องมีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างประเทศ และในทุกระดับด้านรสชาติของอาหารต่าง ๆ ต้องมีความอร่อย สะอาดเสมอ และสดใหม่ทุกวัน รวมทั้งต้องเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และไม่ขึ้นราคาสินค้าในช่วงเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในคุณภาพของการท่องเที่ยว และควรส่งเสริมหรือนำสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาจำหน่ายเพิ่มขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้าต้องมีความพร้อมในการให้บริการ เนื่องจากเวลาอันจำกัด จึงต้องมีการบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอคอยนาน จะเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

6. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรจัดให้มีการขนส่งและระบบความปลอดภัย ต้องปรับปรุงและพัฒนาทางเดินบริเวณรอบๆ ริมคลองให้มีความสะอาดปลอดภัยมากขึ้น และเมื่อนักท่องเที่ยวมีปริมาณมากต้องไม่ทำให้เกิดการเบียดเสียด สถานที่ต้องมีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน และเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยตามจุดต่าง ๆ หรือตามจุดบริการนักท่องเที่ยว ควรมีเจ้าหน้าที่ประจำการอยู่ตลอดเวลา และมีการแนะนำการให้บริการนำเที่ยว ซึ่งต้องมีระบบความปลอดภัย เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยว

7. จากผลการวิจัย หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรจัดให้มีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ควรจัดการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้รับทราบถึงข้อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีแนวทางในการแก้ไขได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากตลาดน้ำนั้นมีความเจริญเติบโตไปอย่างรวดเร็ว จึงต้องวางแผนรองรับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่ต่างกันเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ ผลการวิจัยที่จะออกมาได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น
3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวตลาด และเป็นปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของ นักท่องเที่ยว และนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น
4. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากใน ปัจจุบันมีคณะนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในปรับปรุงด้านการ ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความประทับใจ และดึงดูดให้กลับมาเที่ยว ซ้ำอีก ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้กับคนท้องถิ่นและประเทศมากขึ้นด้วย

บรรณานุกรม

- เจตน์สถิตย์ ตั้งขพันธ์. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรและศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาศึกษาทั่วไป, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตรมหาวิทาลัยหาดใหญ่.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทิตาเพชรภรณ์. (2556). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเหลือมีประวัตติ. (2555). ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิบูลย์ ทีปะปาล. (2550). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- มาลินี สนธิมูล. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- รัสมนต์คำศรี. (2557). พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดนอำเภอระโนดจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรและศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยหาดใหญ่.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. (2551). การวัดความพึงพอใจของลูกค้ำ. กรุงเทพฯ: สยามมิตรการพิมพ์.
- วิคินีย์ มายอร์. (2554). แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรและวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ศรัณย์ คำวิสุข. (2551). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เอเชียการพิมพ์.
- สมยศ นาวิการ. (2533). *การพัฒนาองค์การและการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: ประชาอุทิศการพิมพ์.
- สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการ
จัดการ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Beerli, K.M., & Martin, D.C. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism
Research*, 31(3), 657-681.
- Chen, W.C., & Tsai, C.H. (2007). How motivations, constraints, & demographic factors predict
seniors' overseas travel propensity. *Asia Pacific Management Review*, 14(3),
301-312.
- Devesa, L., Laguna, C., & Palacios. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: empirical
evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31, 547-552.
- Dann, W.N. (2001) *Public policy analysis: An introduction*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2008). *The millennium upper saddle river*. N.J.: Prentice-Hall.
- Osman, A., & Sentosa, F. (2013). *Measurement & evaluation in psychology & education*. New York:
John Wiley & Sons.
- Page, H. (2003). *Introduction to psychology*. Boston : Houghton Mifflin.
- Pesonen, A., & Komppula, S. (2010). The innovative organization. *Long Range Planning*.
23, (2), 94-102.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1979). Dimensions of tourist satisfaction with a
destination area. USA: Elsevier. *Annals of Tourism Research* 5 (3), 314-322.
- Rajaratnam, S., Munikrishnan, A., Sharif, S., & Nair, G. (2014). *Service quality & previous
experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism
destinations in Malaysia: A partial least squares approach*. School of Hospitality,
Tourism Culinary Arts & Business, Taylor's University.
- Ryan, T.A. (1991). *Principle of industrial psychology*. New York: The Mcnanna.
- Shelly, M.W. (1995). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Huntchisam.
- Tian, Y.W. (1999). *Using multivariate statistics*. Needham Heights, MA: A Pearson Education.
- Vroom, H.V. (2005). *Leadership & decision-making*. Pittsburg : University of Pittsburg Press.

Yoon, C., & Uysal, K. (2005). An examination of the effects of motivation & satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism management*, 26(1) 45-46.

Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. New York : Harper and Row Publication.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1)

2) หญิง

2. อายุ

1) - 30ปี

2) 40ปี

3) - 50ปี

4) มากกว่า 50

3. สถานภาพ

1) ด

2) สมรส

3) าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1) มศึกษาปีที่ 6, ปวช. หรือเทียบเท่า 2) อนุปริญา/ ปวส. หรือเทียบเท่า

3) ญญาตรี

4) ฎว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

1) 00-15,000 บาท

2) 1-20,000 บาท

3) 20,001-30,000 บาท

4) ฎว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อเลือก ระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดหลังจากที่อ่านข้อความแต่ละข้อแล้ว โดยในแต่ละข้อมีเพียงคำตอบเดียว โปรดอ่านและทำให้ครบถ้วนทุกข้อ

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว					
1	ท่านต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายจากความวุ่นวายที่ได้เจอในชีวิตประจำวัน				
2	ท่านต้องการได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา ธุรกิจสถานที่พัก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น				
3	ท่านต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งธรรมชาติ มีอากาศบริสุทธิ์ และได้รับการเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่นและผู้ให้บริการ				
4	ท่านต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนและผ่อนคลายร่างกายที่มีความเหนื่อยล้าในชีวิตประจำวัน				
5	ท่านต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่พักผ่อนที่ให้ความรู้สึกสะดวกสบาย ไม่ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว				
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว					
6	ท่านรู้สึกพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในอำเภอสตูล				
7	ท่านรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสตูลมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่ไม่เหมือนสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น				
8	ท่านรู้สึกประทับใจและต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอำเภอสตูลอีกครั้ง				

ภาคผนวก ข

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... *กช / มช*

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

...../.....



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้วิจัย	นายอมรวิทย์ ชานก
รหัสประจำตัว	57750099
นิสิตหลักสูตร	สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-MBAรุ่น 30)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....
ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

ผศ.ดร. สรัณษา เลิศพทุฑธร์ภย์



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตตหีบ จังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้วิจัย	นายอมรวิทย์ ชานก
รหัสประจำตัว	57750099
นิสิตหลักสูตร	สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-MBA รุ่น 30)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงปริมาณ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....**ดร. ปัทมา อธิวงษา**.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ
๑๓ / **ก.ค.** / **๒๕๕๙**.....



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้วิจัย	นายอมรวิทย์ ชานก
รหัสประจำตัว	57750099
นิสิตหลักสูตร	สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (Y-MBA รุ่น 30)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง

ภาคผนวก ค
อักษรวิสุทธิ

ผลการตรวจสอบ การลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการ
(อักษรวิสุทธิ์) บทที่ 1-บทที่ 3

Submission Information						
ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZAT ION	FILENA ME	STA TUS	SIMILARIT Y INDEX
325	Sep 22, 2016 at	57750099@my	มหาวิทยาลัย	บทที่	Comp	0.00%
825	21:31 PM	.buu.ac.th	บูรพา	1.docx	leted	
325	Sep 22, 2016 at	57750099@my	มหาวิทยาลัย	บทที่	Comp	0.60 %
837	21:37 PM	.buu.ac.th	บูรพา	2.docx	leted	
325	Sep 22, 2016 at	57750099@my	มหาวิทยาลัย	บทที่	Comp	0.00 %
839	21:37 PM	.buu.ac.th	บูรพา	3.docx	leted	
325	Sep 22, 2016 at	57750099@my	มหาวิทยาลัย	บทที่	Comp	0.00 %
841	21:38 PM	.buu.ac.th	บูรพา	4.doc	leted	
325	Sep 22, 2016 at	57750099@my	มหาวิทยาลัย	บทที่	Comp	0.00 %
842	21:38 PM	.buu.ac.th	บูรพา	5.doc	leted	