



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด
FACTORS INFLUENCING MOTIVATION OF THAI TOURISTS
VISITING BLACK SAND BEACH, LAEM NGOP DISTRICT, TRAT
PROVINCE

ณภัค เพชรวิสัย
NAPAK PETVISAI

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2560



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด
FACTORS INFLUENCING MOTIVATION OF THAI TOURISTS
VISITING BLACK SAND BEACH, LAEM NGOP DISTRICT, TRAT
PROVINCE

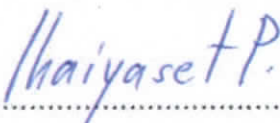
ณภัค เพชรวิสัย
NAPAK PETVISAI


การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2560


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด
ชื่อ นามสกุล นางสาวณภัค เพชรวิสัย
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชา การจัดการ
คณะ บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาเรียม นะมิ

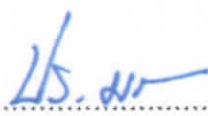
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ดร.ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี)


.....กรรมการ
(ดร.สุจิตรา ไชยกุลสินธุ์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาเรียม นะมิ)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นำการค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


.....คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ดร.ปริญญา มากลีน)

วันที่ 16 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด
ชื่อ สกุล	นางสาวณภัค เพชรวิสัย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชา และคณะ	การจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test (One Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุมีอายุ 21-30 ปี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีภูมิลำเนาภาคกลางอื่นที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานคร มีสถานภาพโสด นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่มีลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่มาแบบครอบครัว เดินทางมา 1-2 ครั้ง ได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ตและมีกิจกรรมมาพักผ่อนในยามว่าง และมีแรงจูงใจผลักดันแรงจูงใจดึงดูดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อต้องการมาหาความสนุกผจญภัยได้พาครอบครัวไปเที่ยวได้สัมผัสความเป็นธรรมชาติในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด มีความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่นและเงียบสงบ

ผลสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีแรงจูงใจผลักดันและแรงจูงใจดึงดูดต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล , แรงจูงใจ , นักท่องเที่ยวชาวไทย

Independent Study Title	Factors Influencing Motivation of Thai Tourists Visiting Black Sand Beach, Laem Ngop District, Trat Province
Author	Miss Napak Petvisai
Degree	Master of Business Administration
Field of Study	Management, Faculty of Business Administration
Academic year	2016

Abstract

The purpose of this independent study was to investigate factors influencing motivation of Thai tourists visiting Black Sand Beach, Laem Ngop District, Trat Province. The samples used in this study were 400 Thai tourists who came to visit at Black Sand Beach, Laem Ngop District, Trat Province. The research instrument was a questionnaire to collect data which were analyzed through frequency, percentage, average values, standard deviation, t-test, and F-test (One Way ANOVA).

The study result indicated that there were more male tourists traveling to Black Sand Beach, Laem Ngop District, Trat than female. Most of them were single and 21-30 years old earning 15,000-30,000 baht per month. They lived in other central provinces rather than Bangkok and habitually traveled with the families once or twice. They obtained information from the internet and came for leisure activities that had attractively motivated them to find the adventure, visit the natural tourist attractions which were friendly and quiet.

In conclusion, Thai tourists differed in terms of their demographic characteristics such as gender, age, occupation, income, educational level, residence, and status at the 0.05 level of significance; however, their traveling motivation was insignificantly different.

Keywords: Influential Factors, Motivation, Thai Tourists

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลงไปได้ดีด้วยดีด้วยการสนับสนุน และความกรุณาจากท่าน อาจารย์ ดร. มาเรียม นะมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา ให้ความรู้แนวคิด และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ตลอดจน ตรวจสอบแก้ไขการค้นคว้าอิสระนี้ สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ครอบครัว และคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่กรุณาให้วิชาความรู้ และ ขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีมาตลอด คำแนะนำและความคิดเห็นที่มี คุณค่า และเป็นกำลังใจให้ตลอดระยะเวลาการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จนประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการแจกแบบสอบถาม ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแห่งนี้ เพื่อ รวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งหากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใดผู้เขียนขออภัยและ ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

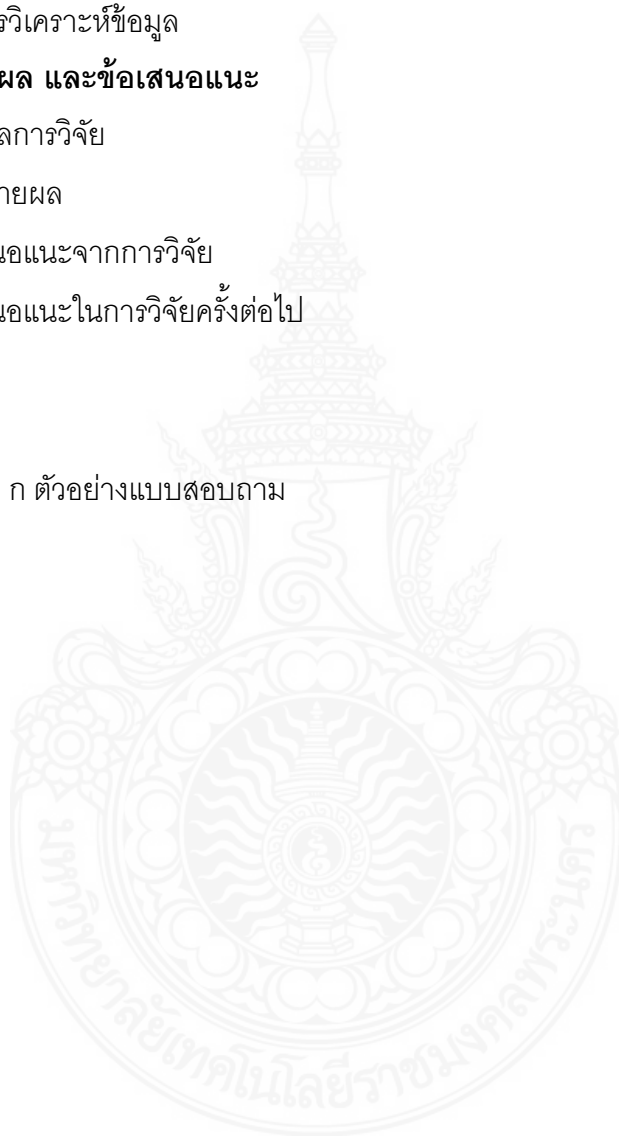
ณภัค เพชรวิสัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ฅ
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.6 สมมติฐานการวิจัย	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	18
2.4 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดตราด	27
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 อภิปรายผล	81
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	83
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	84
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	89
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	90
ประวัติผู้วิจัย	96



สารบัญตาราง

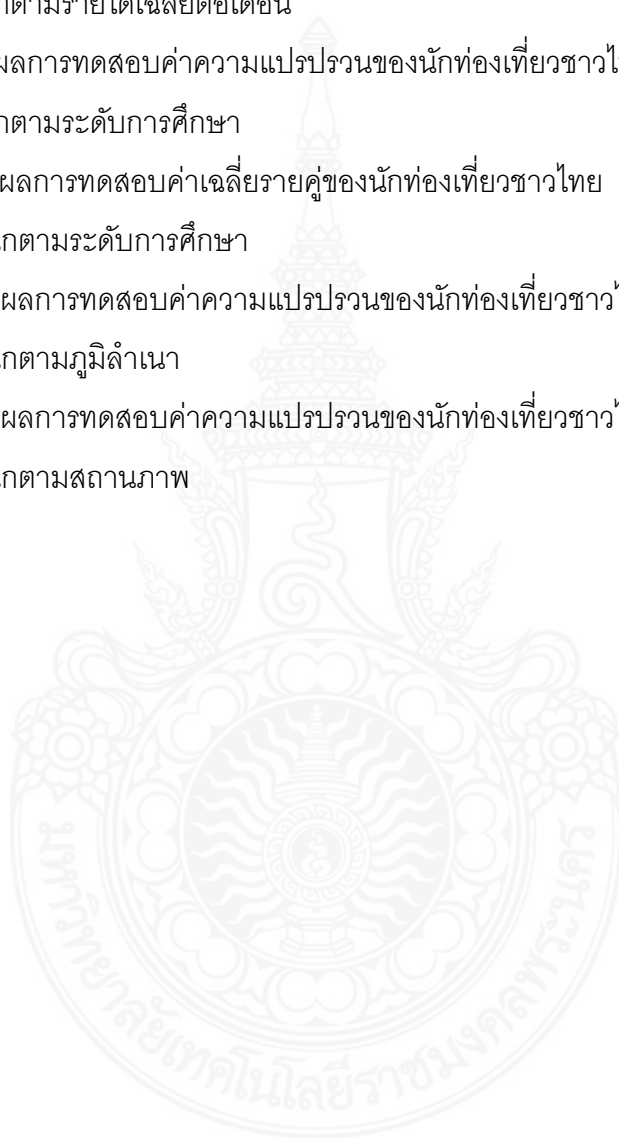
ตาราง		หน้า
2.1	สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาศูนย์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหาดทรายดำ	35
2.2	สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตราด	36
2.3	จำนวนโรงแรมและสถานที่พักในจังหวัดตราด จำแนกเป็นรายอำเภอ	37
2.4	ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว	37
2.5	ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จำแนกตามอำเภอ	38
2.6	ข้อมูล ณ สิ้นปีงบประมาณ พ.ศ.2555	38
4.1	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ(n = 400)	55
4.2	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ(n = 400)	55
4.3	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ(n = 400)	56
4.4	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้(n = 400)	56
4.5	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับการศึกษา(n = 400)	57
4.6	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา(n = 400)	57
4.7	แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ(n = 400)	58
4.8	แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกลักษณะการเดินทาง	58
4.9	แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนก จำนวนครั้งที่เดินทาง	59
4.10	แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทราบข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.11	แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามกิจกรรม	60
4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจแบบผลึกตัน	61
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจแบบดิ่งดูด	62
4.14	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test	63
4.15	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามอายุ	64
4.16	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	65
4.17	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
4.18	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	67
4.19	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา	68
4.20	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	69
4.21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	70
4.22	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามเพศโดยใช้ t-test	71
4.23	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามอายุ	72
4.24	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.25	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
4.26	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	75
4.27	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	75
4.28	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิภาค	76
4.29	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	77



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย	4
2.1	แสดงลำดับความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์	25
2.2	ตราประจำจังหวัดตราด	28
2.3	ธงประจำจังหวัดตราด	29
2.4	ธงช้าง ธงชาติไทยในสมัย ร.4-ร.5	29
2.5	ดอกไม้กฤษณา	29
2.6	ต้นไม้หูกวาง	30



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือการประกอบกิจกรรมที่นำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตให้ได้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ให้เป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรม นันทนาการหากกล่าวถึงคำว่า "การท่องเที่ยว" หลายคนอาจนึกถึงคำว่า การเดินทาง ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่างที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรในการท่องเที่ยวอีกด้วย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

จังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่สุดเขตแผ่นดินภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นชายแดนสุดฝั่งทะเลตะวันออกที่มีขนาดเล็กมีพื้นที่เป็นอันดับ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและชายฝั่งติดทะเลอ่าวไทย มีธรรมชาติที่สมบูรณ์ทั้งระบบนิเวศทางทะเล ป่าชายเลน และป่าดิบชื้น นอกจากนี้สภาพอากาศโดยทั่วไปจังหวัดตราดมีอากาศที่ไม่ร้อนจัดหรือหนาวจัดจนเกินไป แต่มีฝนตกชุกมาก เพราะมีพื้นที่ติดทะเลและมีภูเขาโอบล้อม จึงทำให้ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม เป็นเมืองฝนแปดแดดสี่ที่มีปริมาณน้ำฝนสูง เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย โดยเฉพาะทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรทางทะเล มาจนถึงแร่เม็ดพลอยแดง หรือ เรียกว่าทับทิมสยาม ปัจจุบันตราดเป็นจังหวัดแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและสวยงามไม่น้อยกว่าจังหวัดอื่นๆของภูมิภาค มีทั้งชายหาดทรายและแนวปะการังน้ำตื้นที่สมบูรณ์ รวมถึงเกาะน้อยใหญ่ถึง 52 เกาะ แหล่งป่าดิบชื้น ป่าชายเลนเชิงนิเวศ หาดทราย น้ำตก และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว หาดบานชื่น หาดอ่าวตาลคู่ ป่าชายเลนและหาดทรายดำ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง พิพิธภัณฑ์สถานเมืองตราด อนุสรณ์สถานยุทธนาวีที่เกาะช้าง นอกจากนี้สิ่งที่โดดเด่นคือ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวตราด ที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อีกทั้งยังมีสิ่งมหัศจรรย์ที่เกิดขึ้นจากระบบนิเวศของธรรมชาติ ปัจจุบันมีเพียง 5 แห่งในโลก คือหาดทรายดำที่มีเนื้อทรายเป็นสีดำ สามารถรักษาโรคได้เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์

โดยที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จึงทำให้ต้องมีนโยบายการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในจังหวัดตราดเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ด้วยศักยภาพของจังหวัดตราดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ติดอันดับแหล่งท่องเที่ยวทะเล และในเรื่องหาดทรายดำ ทรัพยากร ป่าชายเลน จึงเหมาะที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นเมืองแห่งสุขภาพและจากวิถีการดำรงชีวิตที่เรียบง่ายในประจำวันของผู้คนในสังคมที่ต้องมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดสภาวะเครียดได้ง่ายและมีผลต่อสุขภาพต่อร่างกาย เมื่อมีเวลาว่างก็ต้องการการพักผ่อนหรือหาความสุขความสบายใจและสบายกายให้กับชีวิต จึงเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดการพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาสนองความต้องการของมนุษย์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจสำรวจเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรต่างๆและหน่วยราชการตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวการบริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตราดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลมงอบ จังหวัดตราด

1.2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลมงอบ จังหวัดตราด

1.2.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลมงอบ จังหวัดตราด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.3.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลมงอบ จังหวัดตราด

1.3.2 ทำให้ทราบถึงระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

1.3.3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งเที่ยวและเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปสู่อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือลักษณะประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพ

ตัวแปรตาม คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ได้แก่ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

ได้แก่ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

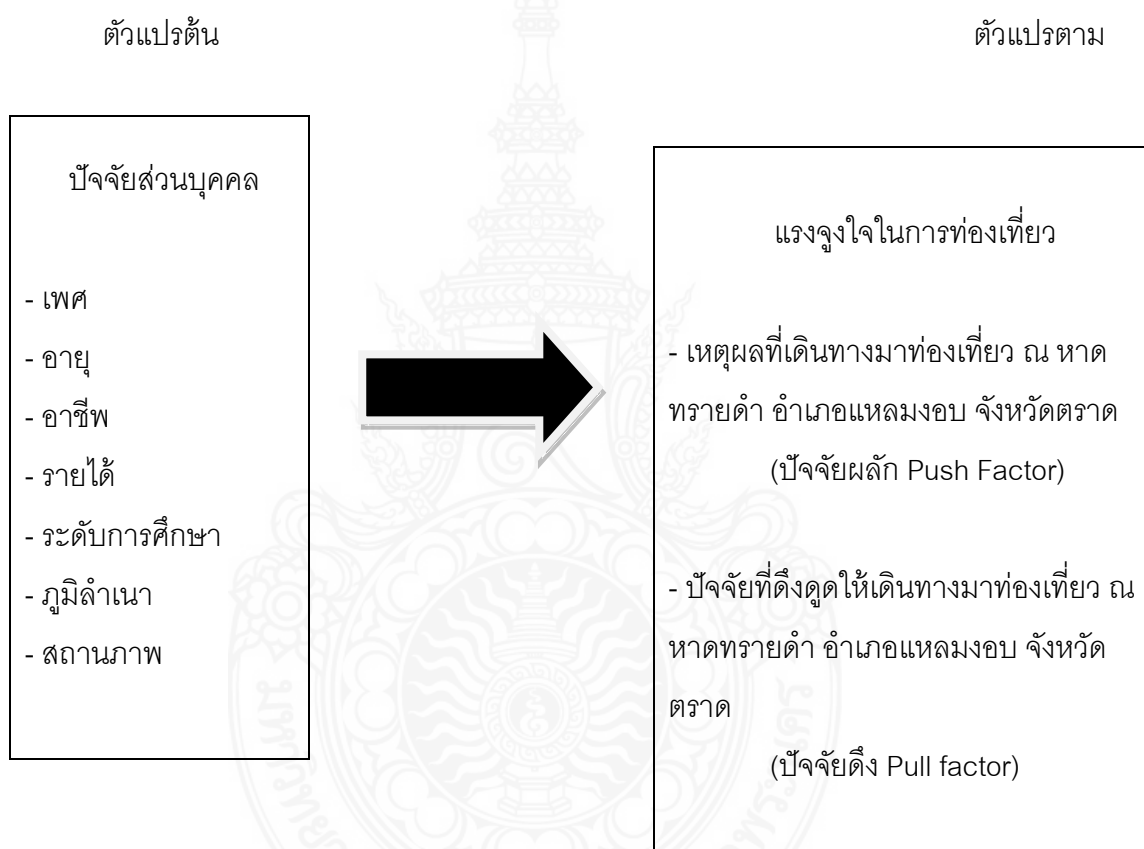
1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา คือเวลาที่ใช้ในการทำครั้งนี้ คือ เดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนกันยายน 2560

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตามแหล่งท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด” มีกรอบแนวคิดดังนี้

ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 สมมติฐานการวิจัย

1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพ มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

1.6.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพ มีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้าร่วมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด ตามโปรแกรมที่ ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกในลักษณะต่างๆของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ การทำกิจกรรมต่างๆต่อการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจในการตัดสินใจนักท่องเที่ยว มาเที่ยวที่ จังหวัดตราด ในด้านความสะดวกสบาย สัมผัสธรรมชาติ การได้หาความสนุกและผจญภัย

แรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยภายในทางด้านความรู้สึกของมนุษย์ที่สามารถผลักดันให้เกิด การกระทำ เพื่อตอบสนองของความต้องการนั้นๆ เช่น หาความสุขในการพักผ่อนในสถานที่แปลกใหม่ นั้นสามารถก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

แรงจูงใจผลักดัน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาหรือความต้องการ ภายในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็น มูลเหตุภายในตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว

แรงจูงใจดึงดูด หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการกำหนดเป้าหมายปลายทาง และตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น โดยขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่ง ท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ สวยงาม ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก ฯลฯ สถานที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม เป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไป ยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อ ประกอบอาชีพโดยตรง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งได้เป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดตราด
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism) (2543:44) องค์การสหประชาชาติได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขได้ 3 ประการ ดังนี้

- มีการเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบันไปยังที่อื่นเป็นครั้งคราว
- มีการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ
- มีการเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและหารายได้ แต่ไปเพื่อ จุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรืออื่นๆ ดังต่อไปนี้

- เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
- เพื่อการศึกษา
- เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
- เพื่อการกีฬาและการบันเทิง
- เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ
- เพื่องานอดิเรก
- เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
- เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
- เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

นิคม จารุมณี (2536) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมาย ในการเดินทาง พักผ่อนหย่อนใจ และยังเป็น การเคลื่อนย้ายประชากรที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งภายในประเทศและนอกประเทศ นับเป็นกระบวนการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมีกิจกรรมร่วมกันได้สนุกสนานเพลิดเพลินในการรับรู้ร่วมกัน

Holloway (1983: 3) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวคือคนที่เดินทางออกจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง ในระยะเวลาสั้นๆและทำกิจกรรมต่างๆในสถานที่ท่องเที่ยว นั้นเป็นเวลาชั่วคราว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวหรือไปเพื่อเยี่ยมญาติมิตร

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างในรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมการของมนุษย์ โดยการเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง หรือจากบ้านไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนร่างกายที่อ่อนล้าจากงานต่างๆ ไปสู่ความเป็นธรรมชาติหาสิ่งแวดล้อมที่แปลกใหม่และทำกิจกรรมต่างๆร่วมด้วย

วรรณภา วงษ์วานิช (2539) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเปรียบเหมือนธุรกิจที่มีมนุษย์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เป็นความต้องการของธุรกิจ ที่มีอารมณ์ ทัศนคติ เป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจ การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกท่องเที่ยวจากที่พักปัจจุบันไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างๆ เป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนสภาพร่างกายและจิตใจ หาความแปลกใหม่ประสบการณ์ใหม่ๆ โดยมีจุดประสงค์การ

ท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิเช่น การใช้บริการต่างๆที่ได้ไปเที่ยวในสถานที่นั้นๆ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ แต่ไม่ได้ใช้การเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพแต่อย่างใด

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

พิทยะ ศรีวัฒนสาร (2551) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว เกิดจากสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและพักผ่อน (Holiday) เป็นการเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายหลักของการท่องเที่ยวด้วยความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพราะนักท่องเที่ยวมีวันหยุดที่จำกัด ดังนั้นจึงพยายามไม่เอาหน้าที่การงานและความจำเจของชีวิตประจำวันมาเกี่ยวข้อง แต่เป็นการเดินทางไปอาบแดด เล่นน้ำตก สวนสนุก หรือเดินทางไปเยี่ยมเพื่อนญาติมิตร เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวทางธุรกิจมีจุดมุ่งหมายในการทำงานร่วมด้วย แต่ไม่ได้ไปประกอบอาชีพหรือหารายได้จากสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ แต่การทำงานนั้นเป็นเพียงกระบวนการในการสร้างรายได้ในอนาคต อาทิ การติดต่อทางการค้า การประชุม เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เหนือจากวัตถุประสงค์สองข้อข้างต้นที่กล่าวมา เช่นการเดินทางไปศึกษาศิลปวัฒนธรรม ศึกษาธรรมชาติ ศึกษาการกีฬา และเอามาเผยแพร่ เป็นต้น

เลิศพร ภาวะสกุล (2551) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว มี 3 ประการ เช่นเดียวกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดที่ได้ไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือการท่องเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมมหากิจกรรมต่างๆ เช่น การปีนเขา การล่องแพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อติดต่อธุรกิจในการเยี่ยมชมสินค้าและซื้อสินค้าหรือประชุมในการติดต่อธุรกิจทางการค้า

3. การท่องเที่ยวแบบวัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวศึกษาสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มคนต่างๆ ในเวลากระยะสั้นๆไม่เกิน 1 เดือนเพื่อให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

2.1.3 รูปแบบการท่องเที่ยว

วาริชต์ มัชยมนบุรุษ, ม.ป.ป. องค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based To Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องและให้ชุมชนท้องถิ่นสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศให้ดูแลแบบยั่งยืนบนพื้นฐานของธรรมชาติ โดยมีการศึกษาด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ แต่เน้นแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมทั้งระบบนิเวศทางทะเลเช่น ป่าโกงกาง หมู่บ้านชาวเล เทียวชมที่อยู่ของปลาวาฬ เป็นต้น

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก เช่น อุโมงค์ ถ้ำบนหน้าผา ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย รวมทั้งศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ เป็นต้น

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ อาจเข้าชมเพื่อความรื่นรมย์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ก็ได้ เช่น ชมทุ่งดอกทานตะวัน บ่อนอาหารแกะ ไร่นาวัน เป็นต้น

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมความงามของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความรู้สึกประทับใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น ให้มีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกของวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างมีคุณค่าโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปชมงานประเพณีต่างๆ ในสถานที่ท้องถิ่นนั้นได้จัดขึ้น

มา เพื่อได้เรียนรู้ในความเชื่อในการเคารพพิธีกรรมต่างๆ อย่างมีความรู้ความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ที่มีมานานให้เพิ่มมากขึ้น ให้มีจิตสำนึกต่อการดูแลรักษาสภาพมรดกทางวัฒนธรรมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเที่ยวในหมู่บ้านที่อยู่ในชนบท ไปดูวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์ ในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้มีจิตสำนึกต่อการดูแลรักษาสภาพมรดกทางวัฒนธรรม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หนึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หากความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทยรวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เพื่อให้มีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นต้น

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาถนัดมีความสนใจในกีฬา เช่น สกีนํ้า กระดานโต้คลื่น ดำนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้นได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานความตื่นเต้นหวาดเสียว มีความทรงจำในการผจญภัยและความปลอดภัยได้รับประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay and Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ใช้ชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างแดนต่างประเทศ เฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี นานๆครั้ง อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่อำนาจของกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้านั้นๆตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคต่างๆที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากที่บริษัทจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างๆ อาจจะเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (Meeting Incentive Conference) หมายถึง เป็นการจูงใจให้แก่อำนาจของกลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจนำเที่ยวก่อนการประชุมและหลังการประชุม โดยการจูงใจรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับ

ผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้เข้าร่วมเดินทางกับผู้ประชุม อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการที่พักค้างแรม โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่ กล่าวมาข้างต้นนำมาจัดรายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม

ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญต่อการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกัน อย่างยั่งยืน

2.1.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

เสรี วังสีไพโรจิตร (2534) มีความสำคัญดังนี้

1. ความสำคัญด้านจิตวิทยา

1.1 เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็น ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวมายังสถานที่ นั้นๆ

1.2 เป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความสุข แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน หรือประเภทศิลปวัฒนธรรมเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจทำให้เกิดความสุขใจ ลดความตึงเครียด

2. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ

2.1 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ท้องถิ่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆย่อมก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับท้องถิ่น เช่น การผลิตสินค้าที่ ระลึก การทำผลิตภัณฑ์เป็นของฝาก

2.2 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยัง สถานที่ใดย่อมเกิดการพัฒนาลักษณะอำนวยความสะดวกและการบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเกิดการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น การ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักอาศัย ขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

2.3 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ภาครัฐ รัฐเรียกเก็บภาษีอากรจากร้านค้าต่างๆ และภาษีเงินได้จากผู้ประกอบการ ซึ่งภาษีดังกล่าวรัฐสามารถนำมาพัฒนาประเทศ และชดเชยภาวะการณ์ขาดดุลการค้ากับต่างประเทศ

3. ความสำคัญด้านสังคม

3.1 ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น เพราะใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจทำให้มีสุขภาพจิตและกายแข็งแรงสมบูรณ์และช่วยให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนดีขึ้นจากการมีรายได้ ทั้งยังช่วยลดปัญหาอาชญากรรมได้อีกด้วย

3.2 ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับประชาชนในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ทำให้มีโอกาสเรียนรู้ ได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ ให้เกิดความประทับใจและเกิดการหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติทางการท่องเที่ยว

3.3 ช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ทรัพยากรที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ย่อมนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่

เพราะฉะนั้น “การท่องเที่ยว” เป็นการเดินทางโดยมีกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร เดินทางไปศึกษาหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่เพื่อทำธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะไปเพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ หรือปัจจัยอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลอื่น ๆ ได้กำหนดไว้

2.1.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนับเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างมาก หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเลยทีเดียว หากไม่มีสินค้าทางการท่องเที่ยว หรือสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่ดีไม่มีคุณภาพหรือไม่ดึงดูดงามสมบูรณ์ ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวก็คงจะไม่เกิดขึ้นอาจจะไม่มีการเติบโตเช่นในทุกวันนี้

ดังนั้นทรัพยากรอาจให้ความหมายได้ว่า สิ่งที่มีมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ โดยไม่จำกัดเฉพาะสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สำหรับคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” (Tourism Resource) หรือ “ทรัพยากรนันทนาการ” (Recreation Resource) นั้นคือสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และหลักฐานทางทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆ ซึ่งมีมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆได้ (นคร ลักษณะกาญจน์, 2546)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หรือ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) มีความหมายที่คล้ายคลึงกัน คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ดังนั้นการกำหนดนิยามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ดังนี้

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) ได้กล่าวว่า การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นทั้งภายใน และภายนอก หรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ ด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

กวรรณิกา พิมลศรี (2547) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากสาเหตุที่แตกต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์

ชูชัย สมิทธิไกร (2554: 6) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2550: 51) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิริวิรัตน์ และ ภาวนา สายชู (2552: 241) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้า หรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับมุมมองของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพใดสภาพหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน

2.2.1 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว

2. นักเดินทาง (Travelers) คือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Westvlaams (1986, อ้างจาก Swarbrook และ Horner 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-Seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ

2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

3. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-Minded Holiday Makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับผู้อื่นแสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

6. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active Sea Lovers) ชอบเดินทางไปทะเลที่สวยงาม ดำน้ำปะการังในท้องทะเล

7. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-Orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเลชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

Perreault and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลาเดินทางมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริงในการไป

สัมผัสสถานที่ ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปแคว้นยุโรป ก็ต้องการไปสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของประเทศนั้นๆ

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบติดต่อกับหรือพูดคุยกับคนในท้องถิ่นเพื่อศึกษาเรียนรู้ให้เกิดความเข้าใจในการใช้ชีวิตต่อสถานที่อยู่นั้นๆ โดยการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่นได้อย่างเข้าใจ

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตประจำวันให้เหมือนกับคนในท้องถิ่น และอยู่เป็นเวลานานๆ ตัวอย่างเช่น การปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามสื่อสารพูดภาษาในท้องถิ่น เป็นต้น

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพฤติกรรม คือ วิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่างๆจะเป็นตัวบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละแบบพฤติกรรมในการเข้าสังคม เป็นต้น

2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

Aibert Bandura (1992: 226) นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญแก่ลักษณะภายในตัวมนุษย์และสิ่งแวดล้อม เป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมเขาอธิบายว่า พฤติกรรมมนุษย์องค์ประกอบภายในตัวมนุษย์และสิ่งแวดล้อมต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกันในลักษณะที่แต่ละองค์ประกอบต้องสัมพันธ์กันอย่างถ้อยที่ถ้อยอาศัยกัน หมายความว่า ในบางครั้งสิ่งแวดล้อมอาจจะมีส่วนในการทำให้เกิดพฤติกรรมได้มากกว่าองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ส่วนในเวลาอื่นองค์ประกอบภายในตัวบุคคลก็อาจจะมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์มากกว่าสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์เช่นนี้อยู่ในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เป็นกระบวนการที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน และทั้งคู่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ในขณะเดียวกันพฤติกรรมมนุษย์ ก็มีอิทธิพลต่อทั้งสองสิ่งด้วยเหมือนกัน

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสามารถนำมาประเมินการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจในการมาท่องเที่ยวในสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องทราบสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นรากฐานที่สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากแรงจูงใจจะเกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการของบุคคลและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วยสภาพความตึงเครียดอันเกิดจากความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองซึ่งผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่บรรลุเป้าหมาย คือความต้องการที่ได้รับการตอบสนองและสามารถลดความตึงเครียดได้

แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า (Movere) ซึ่งหมายถึง เคลื่อนไหว ดังนั้นคำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้ต่างกัันดังนี้

Walters (1978: 218) แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำมีการเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมายกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือแรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

Loundon and Bitta (1988: 368) แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในสภาวะสิ่งแวดล่อม

จากความหมายข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
2. เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

ส่วนการจูงใจ (Motivation) เป็นเงื่อนไขของการได้รับการกระตุ้นโดยมีการให้ความหมายไว้ ดังนี้

Schiffman and Kanuk (1991: 69) การจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ

Anita E. Woolfolk (1995) การจูงใจ หมายถึง เป็นภาวะภายใน ของบุคคล ที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง

Domjan (1996) การจูงใจ หมายถึง เป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

อารี พันธุ์มณี (2546: 269) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการของการใช้ปัจจัยทั้งหลายที่จะทำให้บุคคลเกิดความต้องการ เพื่อสร้างแรงขับและแรงจูงใจกระตุ้นร่างกายให้

แสดงพฤติกรรมตามจุดหมายที่ได้วางไว้โดยปัจจัยดังกล่าวนั้นอาจจะเป็นสิ่งเร้าภายนอกกับสิ่งเร้าภายในหรือทั้งสองประการก็ได้

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2550) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะร่างกายที่เกิดขึ้นไม่สมดุลต่อร่างกาย อาจจะเป็นภาวะตัวกระตุ้นให้มนุษย์มีพฤติกรรมไปสู่จุดหมายให้ได้ แรงจูงใจไม่สามารถเห็นด้วยตาเปล่า แต่อนุมานได้เห็นจากการแสดงออกมาของมนุษย์ นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายลักษณะดังกล่าวนี้ไปถึงความต้องการของมนุษย์แต่ละคนไปให้ถึงจุดหมายที่ตั้งไว้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมุ่งที่จะแสดงพฤติกรรมเกิดการเคลื่อนไหวของร่างกายให้ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

2.3.2 ประเภทของแรงจูงใจ

พิบูล ที่ปะपाल (2545: 15-20) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้นผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง สิ่งจูงใจที่เป็นจุดเริ่มต้นผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอนประกอบด้วยแรงขับ แรงกระตุ้นความปรารถนาหรือความต้องการ

องค์ประกอบของแรงจูงใจประกอบด้วยภาวะที่มีแรงจูงใจ

1. พฤติกรรมที่ถูกเร้าด้วยเหตุแรงจูงใจ
2. สภาวะที่เกิดความสมปรารถนา

แรงจูงใจที่เป็นความต้องการนี้อาจเกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้
กล่าวคือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคลเองมีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความคาดหวัง ทัศนคติ ความพึงพอใจ การมองเห็นคุณค่า

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกบุคคลมีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่ทำให้บุคคลเกิดการเปิดรับสื่อ เช่น ชอบรูปแบบของนิตยสาร ต้องการร่วมสนุกในการชิงรางวัลของนิตยสาร เป็นต้น

พรพนทิพย์ กาลธียนันท์ (2543: 3) กล่าวว่า ถ้าแบ่งประเภทของแรงจูงตามที่มาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motive) เป็นแรงจูงใจที่มีติดตัวมาแต่เกิด มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นหลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับในสังคม เป็นต้น

นอกจากนี้หากแบ่งตามเหตุผลของเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) หมายถึง แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ สิ่งต่างๆดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การและองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) หมายถึง แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัลเกียรติยศชื่อเสียง คำชมหรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรบุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

ดาร์รงค์ดี ชัยสนิท (2535: 69-70) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

1. ความต้องการ (Want) คือ เป็นสภาพที่บุคคลที่ขาดสมดุลทำให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกเหนื่อยล้าก็จะนอนหรือนั่งพักความต้องการที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยาแต่ละท่านอธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่างกันซึ่งสามารถแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภททำให้เกิดแรงจูงใจ

1.1 แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivation) เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด แรงจูงใจนี้จะมีสูงมากในวัยเด็กตอนต้นและวัยผู้ใหญ่ตอนปลายเนื่องจากเกิดความเสื่อมของร่างกาย

1.2 แรงจูงใจทางด้านสังคม (Social motivation) แรงจูงใจด้านนี้สลับซับซ้อนมากเป็นความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกับครอบครัว เพื่อน

ฝูงในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมซึ่งในบางวัฒนธรรมหรือบางสังคมจะมีอิทธิพลที่เข้มแข็งและเหนียวแน่นมาก

2. แรงขับ (Drives) คือแรงผลักดันที่เกิดจากแรงภายในตัวบุคคลที่มีความต้องการ ซึ่งมีแรงขับควบคู่กันให้เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น การทำงานของพนักงานในบริษัท แต่มีพนักงานคนหนึ่งไม่ได้กินข้าวมา เกิดการหิวขึ้นมาการทำงานอาจส่งผลไม่ราบรื่นอาจจะเกิดการ ทำงานผิดพลาด หรือเพราะว่าทุกคนหิวก็รีบทำงานซึ่งอาจจะทำให้งานขาดคุณภาพที่ดีได้

3. สิ่งล่อใจ (Incentives) คือการสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ต้องการให้พนักงานมาทำงานสม่ำเสมอก็ใช้วิธียกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานโดยจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานที่ไม่ขาดงานหรือมอบโล่ให้แก่ฝ่ายที่ทำงานดีประจำปี สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุเป็นสัญลักษณ์หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

4. การตื่นตัว (Arousal) คือการภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมสมองพร้อมที่จะคิดกล้ำเนื้อพร้อมจะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จ พร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา องค์การที่มีบุคลากรที่มีความตื่นตัวก็ย่อมส่งผลให้ทำงานดีการศึกษาระบบชาติพฤติกรรมของมนุษย์

5. การคาดหวัง (Expectancy) คือการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น พนักงานคาดหวังว่าเขาจะได้โบนัสประมาณ 4-5 เท่าของเงินเดือนในปีนี้ การคาดหวังทำให้พนักงานมีชีวิตชีวาซึ่งบางคนอาจสมหวังบางคนอาจผิดหวังก็ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไป ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้พนักงาน คับข้องใจในการทำงานการคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรม ถ้าองค์การกระตุ้นให้พนักงานยกระดับผลงานตนเองได้และพิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าควรจะได้ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งองค์การและพนักงาน

6. การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) คือการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานเพราะจะส่งผลให้การทำงานมีแผนในการดำเนินการเหมือนเรือที่มีหางเสือ เพราะมีเป้าหมายชัดเจน

โดยกล่าวสรุปว่า แรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจูงใจ ให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ เป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองของสิ่งเร้าปกติธรรมดาแต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้นมีทิศทางจริงจังมีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใดและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่าแรงจูงใจที่อาจจะเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคลแต่ละคนก็เป็นได้

2.3.3 แรงจูงใจผลักดันและแรงจูงใจดึงดูด

ฉลองศรี พิมล (2550) ได้กล่าวว่า สิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย มาเกี่ยวข้องกับการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ เช่น ในสมัยก่อนผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขตหรือดินแดน และการไปแสวงบุญ ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองของความพึงพอใจ หลักนี้จากวิถีชีวิตเดิมๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

Alister and Geoffrey (1982) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐานคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) กล่าวคือ

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคมหรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

Compton (1979) ได้กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมประกอบด้วย

- การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
- การค้นหาและประเมินตนเอง
- การพักผ่อนหย่อนใจ
- ความรู้สึกมีเกียรติ
- การกลับสู่ความเป็นตัวเอง

- การได้เยี่ยมญาติพี่น้อง
- การมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น

ส่วนปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1.การได้พบสิ่งแปลกใหม่ และ 2.การได้ศึกษาเรียนรู้

นิรันดร ทัพไชย (2550) ได้กล่าวว่า

1. ปัจจัยผลักดัน ในการท่องเที่ยว คือปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1.1 ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการทางร่างกาย
- 1.2 ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม
- 1.3 ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่

แตกต่างกันไปจากที่อยู่อาศัยเดิม

- 1.4 ความต้องการความภาคภูมิใจที่ตนได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ
- 1.5 ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ

2. ปัจจัยดึงดูด ในการท่องเที่ยว คือปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไป เช่น หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เขาอาจเลือกไปสถานที่ที่เงียบๆไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอาจจะเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

Uysal and Hagan (1993) ได้กล่าวว่า

1. ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวประกอบด้วย
 - 1.1 แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย ความชอบส่วนบุคคล และความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง
 - 1.2 ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว
 - 1.3 ความรู้ทางการตลาด

2. ปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวประกอบด้วย

2.1 ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศ ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญและกิจกรรมนันทนาการ

2.2 ความสะดวกสบายและการเข้าถึงได้ ได้แก่ ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว

2.3 ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นต้น

Klenosky (2002) ได้กล่าวว่า กลับมองว่าปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่ควรถูกมองว่าเป็นการตัดสินใจที่แยกออกจากกันแต่ควรเกี่ยวเนื่องกัน ปัจจัยภายในหรือปัจจัยผลักดันคือ ความต้องการทางด้านจิตใจของคนกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยดึงดูดคือตัวแหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

ดังนั้นปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางไปยังสถานที่นั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow)

ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของ Maslow มี 5 ชั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) คือ ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or Safety Needs) คือ เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้วมนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

3. ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (Affiliation or Acceptance Needs) คือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับและได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง คือ ความต้องการที่ได้รับการยกย่องนับถือและสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือจากการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self- Actualization) คือ ความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

ภาพ 2.1 แสดงลำดับความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์



จากทฤษฎีความต้องการของ Maslow ดังกล่าวได้กำหนดลักษณะของสิ่งที กระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น ก็ จะ แสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการซึ่งแรงจูงใจ 5 ลำดับชั้นในการเดินทาง นิรันดร ทพิไชย (2550) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ขั้นที่ 1. ขั้นผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยว ที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก

ขั้นที่ 2. ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการกระตุ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3. ขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ก็เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัว นักท่องเที่ยวเอง โดยการสร้างภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่ง กระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น โดยการเดินทางเพื่อการได้อยู่ ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูง

ขั้นที่ 4. ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาในด้านข้อมูลข่าวสาร สื่อประเภท ต่างๆเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวเพื่อถึงความสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษในการท่องเที่ยว เพื่อ การเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางได้เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจ

ขั้นที่ 5. ขั้นบรรลุความปรารถนาวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่เป็นสิ่งกระตุ้น ในทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่ แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ได้ฝันไว้ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ

โดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้ตอบสนองความต้องการ ตนเอง โดยแสดงออกมาในรูปแบบพฤติกรรมที่แตกต่างกันซึ่งแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางไป ท่องเที่ยวตามที่ใจปรารถนา ดังนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในครั้งนี้นี้จึงมีผลต่อนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางมา ณ หาดทรายดำ เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมา ท่องเที่ยว

2.4 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดตราด

1. ที่ตั้งและสภาพภูมิศาสตร์

ขนาดพื้นที่ “จังหวัดตราด” เป็นจังหวัดชายแดนสุดฝั่งทะเลตะวันออก มีรูปร่างลักษณะคล้ายหัวช้าง อาณาเขตด้านชายแดนติดกับประเทศกัมพูชาทั้งทางบกและทางทะเล ยาว 330 กิโลเมตร โดยทางบกติดกับทางจังหวัดของประเทศกัมพูชาได้แก่ จังหวัดพระตะบอง จังหวัดโพธิ์สัตและจังหวัดเกาะกงซึ่งมีแนวชายแดนธรรมชาติติดทิวเขาบรรทัดเป็นเส้นแบ่งเขตแดนตลอดแนวยาว 165 กิโลเมตร และมีแนวอาณาเขตทางทะเลยาว 165.5 กิโลเมตร มีพื้นที่ขนาดเล็กเป็นอันดับ 4 ของภาคตะวันออกและเป็นอันดับที่ 56 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางสายใหม่ บางนา-บ้านบึง-แกลง-ตราด เป็นระยะทาง 315 กิโลเมตร

2. อาณาเขต มีอาณาเขตพื้นที่ทางบก 2,819 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,761,000 ไร่ มีพื้นที่ปกครองทางทะเล 7,257 ตารางกิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีและประเทศกัมพูชา

ทิศใต้ ติดต่อกับอ่าวไทยและน่านน้ำประเทศกัมพูชา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีทิวเขาบรรทัดเป็นแนวกันเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

3. ลักษณะภูมิประเทศลักษณะภูมิประเทศแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ อาณาบริเวณที่เป็นแผ่นดิน ภูเขา พื้นน้ำ และทะเล ดังนี้

3.1 บริเวณผืนดินราบลุ่มแม่น้ำ ได้แก่บริเวณที่ราบตอนกลางและตะวันออก เหมาะสำหรับปลูกผลไม้ ปาล์มน้ำมัน ทำนาข้าว และการปศุสัตว์

3.2 ที่ราบบริเวณภูเขา ได้แก่บริเวณที่ราบตอนบนและตอนกลาง บริเวณนี้มีพื้นที่กว้างขวางมากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำสวนผลไม้ ยางพารา และสับปะรด

3.3 บริเวณพื้นที่ภูเขาสูง ได้แก่ บริเวณทางตอนกลางของอำเภอแหลมงอบ และเขตติดต่ออำเภอเขาสมิง ส่วนมากมีสภาพเป็นพื้นที่ป่าไม้ พื้นที่เกาะ

3.4 ที่ราบต่ำชายฝั่งทะเล และผืนทะเล บริเวณพื้นที่นี้ประกอบด้วย หมู่เกาะน้อยใหญ่ต่าง ๆ 52 เกาะ มีป่าชายเลนอย่างหนาแน่น เป็นแหล่งเลี้ยงสัตว์น้ำและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด

4. ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพอากาศโดยทั่วไป จังหวัดตราดมีอากาศที่ไม่ร้อนจัดหรือหนาวจัดจนเกินไป แต่มีฝนตกชุกมาก เพราะมีพื้นที่ติดทะเลและมีภูเขาโอบล้อม จึงทำให้ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม แบ่งออกเป็น 3 ฤดู ดังนี้

ฤดูหนาว เป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆ ช่วงเดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวมากนักอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 20 องศาเซลเซียส

ฤดูร้อน เป็นช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน อุณหภูมิโดยเฉลี่ยไม่เกิน 34 องศาเซลเซียส

ฤดูฝน เกิดจากอิทธิพลลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านทะเลอ่าวไทย ในช่วงเดือน พฤษภาคม - ตุลาคม ของทุกปี ทำให้มีฝนตกชุกในเกือบทุกพื้นที่ โดยเฉลี่ยจะมีปริมาณน้ำฝน 4,000 – 5,000 มิลลิเมตรต่อปี เป็นเมืองฝนแปดแดดสี่ มีปริมาณน้ำฝนสูงสุดในประเทศรองจากจังหวัดระนอง

5. คำขวัญและตราประจำจังหวัดตราด

“เมืองเกาะครึ่งร้อย พลอยแดงค่าล้ำ ระกำแสนหวาน หลังอานหมาดี ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา”

ภาพ 2.2 ตราประจำจังหวัดตราด



เครื่องหมายประจำจังหวัดตราดได้กำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2483 โดยคณะกรรมการจังหวัดตราดได้พิจารณาปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย มีความเห็นร่วมกันเป็นส่วนใหญ่เลือกเอารูปธรรมชาติที่ดี เด่นที่สุดของจังหวัดตราดเป็นเครื่องหมายประจำจังหวัด คือ รูปเกาะช้าง ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัด เคยเป็นที่ตั้งอำเภอมาระยะหนึ่ง เรียกว่าอำเภอเกาะ

ช้าง ซึ่งตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย ด้านหน้าของรูปเกาะช้างมีโป๊ะ และเรือใบ ความหมายก็คือตามท้องทะเลรอบๆเกาะช้างเป็นแหล่งการประมง มีการทำโป๊ะจับปลาอยู่มากแห่ง และชุมไปด้วยสัตว์ทะเลต่างๆสำหรับเรือใบนั้นมีความหมายให้ระลึกถึงว่าเมืองตราดได้ก่อตั้งขึ้น ก่อนสมัยกรุงธนบุรี ในสมัยนั้นต้องใช้เรือใบติดต่อกับจังหวัดข้างเคียงและต่างประเทศ จึงให้มีภาพเรือใบปรากฏอยู่ (เดิมจังหวัดตราดใช้ตราประจำจังหวัดเป็นรูปเรือรบหลวงตราด)

ภาพ 2.3 ธงประจำจังหวัดตราด ลักษณะพื้นสีแดงและสีน้ำเงินตรงกลางมีตราประจำจังหวัด



ภาพ 2.4 ธงช้าง ธงชาติไทยในสมัย ร.4-ร.5 โปรดเกล้าให้เอาจักรออกคงเหลือแต่รูปช้างเผือกและใช้ต่อมาตลอดสมัย ร.5 เป็นธงชาติไทยผืนแรกเรียกว่า “ธงช้าง”



ภาพ 2.5 ดอกกฤษณา (Eagle Wood) ดอกไม้ประจำจังหวัดตราด



ภาพ 2.6 ต้นหูกลาง (Bengal Almond) ต้นไม้ประจำจังหวัดตราด



6. ประวัติความเป็นมาของจังหวัด

ครั้งเมื่อสงครามกุ่มเอกราช (พ.ศ. 2320) สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงเลือกตราดเป็นเมืองหน้าด่านกันชนทำหน้าที่ส่งเสบียงอาหารก่อนเคลื่อนกองทัพเรือออกจากจันทบุรียกไปขับไล่พม่าเพื่อกอบกู้เอกราชคืนสู่ชาติไทยในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325 สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกรัชกาลที่ 1 เมืองตราดยังขึ้นกับกรมท่าแสดงให้เห็นว่าเมืองตราดยังคงสังกัดอยู่ในฝ่ายกิจการต่างประเทศและการคลังในฐานะหัวเมืองชายฝั่งทะเลและเป็นเมืองท่าสำคัญแห่งหนึ่งเช่นเดียวกับในสมัยอยุธยา ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ไทยทำศึกกับเจ้าอนุวงศ์แห่งเมืองเวียงจันทร์ซึ่งต่อมาหันไปสวามิภักดิ์กับญวนไทยกับญวนผัดใจกันจนต้องทำสงครามในปี พ.ศ. 2371 เมืองตราดมีความสำคัญเป็นแหล่งกำลังพลและเสบียงอาหารมีการตั้งป้อมค่ายอยู่ที่บ้านแหลมหินปากอ่าวเมืองตราด สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ฝรั่งเศสได้พยายามทุกทางที่จะเข้ายึดครองดินแดนของประเทศไทยให้ได้ เช่นเดียวกับที่ทำสำเร็จในพม่า กัมพูชา และลาว โดยส่งกองทัพเรือเข้ายึดจันทบุรีในปี ร.ศ. 112 (พ.ศ. 2436) และคืนให้ไทยในปี พ.ศ. 2447 แต่ได้บังคับให้ไทยต้องยอมมอบเมืองตราดให้อยู่ในการปกครองของฝรั่งเศสรัฐบาลไทยเห็นว่าตราดมีความสำคัญทางยุทธศาสตร์และพลเมืองส่วนใหญ่เป็นคนไทยด้วยพระปรีชาสามารถของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ฝรั่งเศสจึงยินยอมยกเมืองตราดคืนให้กับไทยเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2449 โดยแลกเปลี่ยนกับเมืองพระตะบองเสียมราฐและศรีโสภณ ชาวตราดจึงถือเอาวันที่ 23 มีนาคมของทุกปีเป็นวันสำคัญที่ชาว

ตราดและคนไทยจะได้สำนึกถึงพระมหากรุณาธิคุณขององค์พระพุทธเจ้าหลวงในการปกป้องเอกราชและอธิปไตยของไทยไว้ให้ลูกหลาน

ในช่วงสงครามอินโดจีน พ.ศ. 2483-2484 ฝรั่งเศสพยายามเข้ายึดเมืองตราดอีกครั้ง เมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2484 โดยส่งกองเรือรบหลวงลำนำนน้ำทะเลตราดบริเวณเกาะช้างกองเรือรบราชนาวีไทยได้เข้าต่อสู้ขัดขวางอย่างกล้าหาญและสามารถขับไล่เข้าศึกให้ล่าถอยไปได้แต่ต้องสูญเสียเรือรบหลวงไป 3 ลำ คือเรือรบหลวงสงขลา เรือรบหลวงชลบุรี และเรือรบหลวงธนบุรี รวมทั้งทหารอีกจำนวนหนึ่งเป็นวีรกรรมของทหารเรือไทยที่รู้จักกันในนาม “ยุทธนาวีเกาะช้าง”

7. หน่วยการปกครอง

แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 38 ตำบล 261 หมู่บ้าน มีชุมชน 96 ชุมชน องค์การบริหาร ส่วนตำบล 29 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง และเทศบาลตำบล 13 แห่ง โครงสร้างการบริหารราชการส่วนภูมิภาค/ส่วนกลางและท้องถิ่น ส่วนราชการในระดับจังหวัด มีหน่วยงาน 2 ลักษณะ คือ หน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาคประจำจังหวัดและหน่วยราชการบริหารส่วนกลางในจังหวัด (ที่ขึ้นตรงต่อส่วนกลาง) หน่วยราชการบริหารราชการส่วนภูมิภาคประจำจังหวัดของจังหวัดตราด มีทั้งสิ้น 33 หน่วยงาน หน่วยราชการบริหารส่วนกลางในจังหวัด มีทั้งสิ้น 58 หน่วยงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ 8 หน่วยงาน องค์การมหาชน 1 แห่ง : สำนักงานพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง (สพพ.๑) หน่วยงานอิสระ 8 หน่วยงาน ได้แก่ ศาลจังหวัดตราด ศาลเยาวชนและครอบครัวจังหวัดตราด สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดตราด สำนักงานอัยการจังหวัดตราด สำนักงานอัยการคดีเยาวชนและครอบครัวจังหวัดตราด สำนักตรวจเงินแผ่นดินจังหวัดตราด สำนักงาน ป.ป.ช.ประจำจังหวัดตราด และหน่วยทหารในพื้นที่ การจัดองค์การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มี 3 รูปแบบ 44 แห่ง คือ 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 14 เทศบาล และ 29 องค์การบริหารส่วนตำบล

8. ประชากรจังหวัดตราด

มีประชากรทั้งหมด 222,855 คน เป็นชาย 111,235 คน หญิง 111,620 คน ความหนาแน่นของประชากรมีการกระจายตัวสูงสุดที่อำเภอเมืองตราด คิดเป็นร้อยละ 40.93 รองลงมา ได้แก่ อำเภอคลองใหญ่ อำเภอแหลมงอบ อำเภอเขาสมิง อำเภอบ่อไร่ อำเภอเกาะช้าง และอำเภอเกาะกูด ตามลำดับ

ที่มา: ที่ทำการปกครองจังหวัดตราด (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555)

จังหวัดตราด มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนสถานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรมและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

9. แหล่งท่องเที่ยว

1. ด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่

วัดบุปผาราม หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า วัดปลายคลอง ตั้งอยู่ที่ หมู่ 3 บ้านปลายคลอง อำเภอเมืองตราดเป็นวัดเก่าแก่ที่สุดในจังหวัด สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยอยุธยาวัดนี้เป็นศูนย์กลางการปฏิบัติศาสนกิจมีสิ่งที่น่าสนใจภายในวัดได้แก่ พิพิธภัณฑสถานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง

วัดโยธานิมิตร หรืออีกชื่อหนึ่งว่า วัดโบสถ์ ตั้งอยู่บนถนนเทศบาล 4 ตรงสามแยกใกล้ศาลหลักเมืองตราดเป็นวัดหลวงเพียงแห่งเดียวสร้างในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เป็นที่ประดิษฐานศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินฯ เป็นสถานที่ทำพิธีถือน้ำพระพิพัฒน์ สัตยา

ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ตั้งอยู่บนถนนหลักเมือง ใกล้วัดโยธานิมิต ตัวอาคารมีลักษณะคล้ายเก๋งจีน

วัดไผ่ล้อม ตั้งอยู่ที่ถนนหลักเมืองเป็นวัดที่มีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาของจังหวัดตราดเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานเจ้าคุณ ซึ่งเป็นที่เคารพบูชาของคนในจังหวัดตราด

โบราณสถานจวนเรลิดังกัมปอร์ต ตั้งอยู่ที่ถนนหลักเมืองอำเภอเมืองเป็นอาคารครึ่งตึกครึ่งไม้หลังคาทรงปั้นหยาเคยใช้เป็นที่พำนักของข้าหลวงฝรั่งเศส ปัจจุบันเป็นสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดตราด สามารถเข้าชมได้ในวันและเวลาราชการ

พิพิธภัณฑสถานเมืองตราด จังหวัดตราด จัดตั้งขึ้นโดยสำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเมืองตราด และพิพิธภัณฑสถานประจำเมือง โดยใช้อาคารศาลากลางจังหวัดหลังเดิมตั้งอยู่ที่ถนนสันติสุขอำเภอเมืองจังหวัดตราดมีพื้นที่ใช้สอย 793 ตารางเมตรห้องจัดแสดงนิทรรศการถาวรแบ่งออกเป็น 7 หัวข้ออาทิตลาดเมืองตราดการค้าในตลาดเก่าและสภาพปัจจุบันของตลาดเหตุการณ์สำคัญในสมัยรัชกาลที่ 5 และผู้คนเมืองตราดจัดแสดงกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น หากมีโอกาสเดินทางไปเที่ยวสามารถแวะชมพิพิธภัณฑสถานเมืองตราดเปิดให้เข้าชมตั้งแต่ เวลา 09.00 – 16.00 น. ทุกวัน หยุดทำการวันจันทร์

วัดคีรีวิหาร เดิมชื่อว่า วัดท่าเลื่อน หรือวัดภูเขาชวนตั้งอยู่ที่ตำบลท่าเลื่อนอำเภอเมือง อยู่ห่างจากตัวเมืองไปตามถนนทางหลวงหมายเลข 318 สายตราด-คลองใหญ่เป็นวัดเก่าแก่มียุคมากกว่า 110 ปี ปัจจุบันได้รับการบูรณะเป็นอย่างดี ตั้งอยู่บนภูเขาทำให้มองเห็นทิศทัศน์

ด้านล่างที่เป็นป่า เขา และทะเล ลักษณะเด่นของวัด คือการก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมที่มีความงดงามมีการผสมผสานศิลปกรรมสมัยใหม่เข้าไว้ด้วยศาสนสถานที่สำคัญภายในบริเวณวัด ประกอบด้วยอุโบสถหลังใหญ่ พระเจดีย์ เรือนรับรองสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ฯ

วัดสะพานหิน ตั้งอยู่ที่หลักกิโลเมตรที่ 31 – 32 ไปตามถนนทางหลวงหมายเลข 318 สายตราด-คลองใหญ่ มีทางแยกซ้ายมือเข้าสู่วัดวัดนี้ไม่ปรากฏว่าสร้างในสมัยใดสันนิษฐานว่ามีอายุไม่ต่ำกว่า 100 ปี ภายในวัดมีโบสถ์เก่าแก่

2. ด้านทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม

โครงการเมืองอัญมณีที่ตำบลบ่อพลอย อำเภอบ่อไร่ เป็นการจำลองเมืองอัญมณีตำนานทับทิมสยามเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดตราด ย้อนอดีตวิถีชีวิตคนบ่อไร่ภายในศูนย์เรียนรู้เมืองอัญมณีมีหุ่นแสดงการร่อนพลอยตลอดจนขั้นตอนต่างๆครบวงจรพร้อมภาพวิถีทัศน์อดีตการทำเหมืองพลอยไว้ให้ชม

การทำผลิตภัณฑ์จักสานงอบไม้ไผ่ที่บ้านน้ำเชี่ยว อำเภอแหลมงอบ อยู่ห่างจากอำเภอเมืองไปตามเส้นทางสายตราด-แหลมงอบประมาณ 8 กิโลเมตร มีชื่อเสียงในการทำงอบ เรียกว่า “งอบน้ำเชี่ยว” เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัดตราดที่สืบทอดมาแต่โบราณ นอกจากนี้แล้วยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆเช่น กะปิ น้ำปลา กุ้งแห้ง ไว้จำหน่าย

การจักสานต้นคลุ้มของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานคลุ้มบ้านคลองโหนด หมู่ 4 ตำบลนนทรีย์ อำเภอบ่อไร่ ชาวบ้านคลองโหนดได้นำต้นคลุ้มซึ่งเป็นพืชล้มลุกที่มีรากเหง้าจำพวกขิงข่ามักขึ้นตามริมน้ำหรือในพื้นที่ที่มีความชื้นลำต้นยาวกว่า 4 เมตร พบมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเนือสวयงามปัจจุบันพื้นที่อำเภอบ่อไร่ส่วนใหญ่ยังมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ จึงสามารถพบต้นคลุ้มได้ทั่วไปเมื่อชาวบ้านจักสานผลิตภัณฑ์ต่างๆขึ้นใช้ในหมู่บ้านแล้วต่อมามีคนต่างถิ่นมาพบและเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความประณีตทนทานจึงสั่งทำและมีการซื้อขายกันมากขึ้นชาวบ้านจึงได้พร้อมใจกันจัดตั้งกลุ่มจักสานขึ้นมา เพื่อเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวและเพื่อเป็นการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ไม่ให้สูญหายโดยการแนะนำและสนับสนุนจากพัฒนากรประจำตำบล

3. ด้านตามธรรมชาติ

อ่าวตาลคู๋ ตั้งอยู่ที่ตำบลบางปิด ห่างจากอำเภอแหลมงอบประมาณ 12 กิโลเมตร ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3156 เลียบทางแยกแหลมงอบ-แสนตู่ประมาณ 8 กิโลเมตร จะมีทางแยกซ้ายมือเข้าไปอีก 4 กิโลเมตร ลักษณะเด่นคือมีหาดทรายละเอียดน้ำทะเลใสสามารถลงเล่นน้ำได้ บรรยากาศดีมีร้านอาหารชาวตราดนิยมไปพักผ่อนในช่วงวันหยุด

เกาะปุย เป็นเกาะเล็กๆที่อยู่ใกล้ฝั่งในเขตบ้านแหลมอวน อำเภอแหลมงอบ บรรยากาศร่มรื่น การเดินทางสะดวกปลอดภัยทุกฤดูกาลบนเกาะมีสวนมะพร้าวสมุนไพรนานาชนิด เหมาะแก่การพักผ่อน

ท่าเรือแหลมงอบ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอแหลมงอบประมาณ 500 เมตร จากตัวจังหวัดไปตามเส้นทางหลวงหมายเลข 3148 สายตราด-แหลมงอบประมาณ 17 กิโลเมตรนักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือโดยสารประจำทางหรือเช่าเรือไปเที่ยวเกาะต่างๆได้ เช่น เกาะช้าง เกาะกระตาด เกาะกูด เกาะแรด ฯลฯ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งร้านขายของที่ระลึกและอาหารทะเล กะปิ น้ำปลา กุ้งแห้ง รวมทั้งอบแบบต่าง ๆ ด้วย

น้ำตกเขาสลัดได ไปตามเส้นทางถนนสายจินตกานนท์ (แสนตู่ – บ่อไร่) กิโลเมตรที่ 25 มีทางแยกซ้ายไปน้ำตกสลัดไดระยะทาง 7 กิโลเมตร บริเวณรอบน้ำตกมีป่าเขาและธรรมชาติที่สวยงาม

อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว เดินทางไปตามถนนสุขุมวิททางหลวงหมายเลข 3 ถึงตลาดแสนตู่ อำเภอเขาสมิงแล้วเลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 3157 สายแสนตู่-บ่อไร่ไปประมาณ 33 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายผ่านตำรวจตระเวนชายแดนที่ 116 เข้าไปอีกประมาณ 8 กิโลเมตร ถึงน้ำตกคลองแก้ว

อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 650 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะต่างๆที่มากถึง 52 เกาะ เกาะที่สำคัญที่สุดคือเกาะช้างนอกจากนี้ยังมีเกาะอื่นๆที่ยังคงสภาพความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ เกาะคลุ้ม เกาะเหลายาโน เกาะง่าม เกาะไม้ซี้ใหญ่ เกาะหวาย เกาะรัง ฯลฯ ที่ทำการอุทยานฯ ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของเกาะใกล้คลองธารมะยมบริเวณด้านหน้ามีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่

5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และป่าชายเลน

หาดทรายดำ ตั้งอยู่ในอำเภอแหลมงอบ ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าแหลมมะขาม นับเป็นหาดทรายดำแห่งเดียวในประเทศไทย และ 1 ใน 5 แห่งของโลก เดิมชาวบ้านเรียกหาดนี้ว่า หาดหัวสวนชาวบ้านในพื้นที่มีความเชื่อว่าหากใครได้มานั่งหมกตัวในทรายดำจะสามารถรักษาโรค

ได้ เสียงบอกต่อในเรื่องนี้ทำให้คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวที่หาดทรายดำมากขึ้นเพื่อหวังที่จะช่วยรักษาโรคได้ ปัจจุบันหาดทรายดำมีสภาพแวดล้อมของป่าชายเลนในเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่สมบูรณ์ อุดมด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด ผู้มาเยือนจะได้ชมความงามของพันธุ์ไม้ป่าชายเลนน้ำเค็มที่มีความผิดปกติแตกต่างจากป่าชายเลนทั่วไป

ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านเป็ดใน ตำบลห้วงน้ำขาว อำเภอเมือง เป็นชุมชนที่มีการดูแลรักษาพื้นที่ป่าชายเลนธรรมชาติมากถึง 12,000 ไร่ เหมาะสำหรับการศึกษาอนุรักษ์ชมธรรมชาติป่าชายเลน และปลูกป่าทดแทน

ตาราง 2.1 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาศูนย์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหาดทรายดำ อำเภอ

แหลม 2551 – 2559

ปี พ.ศ.	จำนวน นักท่องเที่ยว ชาวไทย (จำนวนคน)
2552	7,489
2553	23,974
2554	18,872
2555	20,634
2556	17,179
2557	23,803
2558	62,744
2559	131,596
รวม	306,291

ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 1 บ้านด่านเก่า ตำบลวังกระแจะ อำเภอเมืองเป็นศูนย์ที่อยู่ใกล้ตัวเมืองมากที่สุด ประมาณ 5 กิโลเมตร เหมาะแก่การศึกษาเส้นทางธรรมชาติป่าชายเลนการเดินทางสะดวก นอกจากนี้ยังสามารถชมหิ่งห้อยได้

จังหวัดตราด มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเล มีหมู่เกาะน้อยใหญ่ 52 เกาะ เป็นการท่องเที่ยวที่ชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนาม ในรอบปี 2554 ที่ผ่านมา จังหวัดตราดมีรายได้จากการท่องเที่ยว 7,498.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นเงิน 2,832.58 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 60.71 ของปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน จำนวน 1,097,352 คน

ตาราง 2.2 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดตราดในปี พ.ศ. 2552 - 2558

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	รวม
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	
2552	523,596	176,796	700,752
2553	464,404	200,129	664,533
2554	810,145	227,127	1,037,272
2555	1,199,712	347,486	1,547,198
2556	1,221,857	378,960	1,600,817
2557	1,264,619	390,630	1,655,249
2558	1,350,606	419,948	1,770,554

ที่มา. จาก สถิติการท่องเที่ยว ตราด, โดย กรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2552-2558

ตาราง 2.3 จำนวนโรงแรมและสถานที่พักในจังหวัดตราด จำแนกเป็นรายอำเภอ

ลำดับที่	อำเภอ	จำนวนโรงแรมและสถานที่พัก
1.	อ.เมืองตราด	23
2.	อ.แหลมงอบ	6
3.	อ.เขาสมิง	1
4.	อ.บ่อไร่	2
5.	อ.คลองใหญ่	12
6.	อ.เกาะช้าง	100
7.	อ.เกาะกูด	18
	รวมทั้งสิ้น	162

ตาราง 2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน
1.	แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ	34
2.	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	10
3.	แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	3
	รวมทั้งสิ้น	47

ตาราง 2.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จำแนกตามอำเภอ

ลำดับที่	อำเภอ	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว (แห่ง)
1.	อ.เมืองตราด	10
2.	อ.แหลมงอบ	4
3.	อ.เขาสมิง	2
4.	อ.บ่อไร่	3
5.	อ.คลองใหญ่	6
6.	อ.เกาะช้าง	13
7.	อ.เกาะกูด	3
	รวมทั้งสิ้น	41

ตาราง 2.6 ข้อมูล ณ สิ้นปีงบประมาณ พ.ศ.2555

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ระยะเวลาพักเฉลี่ยคน/วัน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน/บาท	
		นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศ	นักท่องเที่ยว ชาว	นักท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศ
2552	3,894.04	2.64	4.53	2,399.19	1,495.33
2553	4,665.45	2.73	4.53	2,529.16	2,136.28
2554	7,498.03	2.88	4.87	4,542.27	2,955.26
2555	-	-	-	-	-

ตาราง 2.6 ข้อมูล ณ ลีนปีงบประมาณ พ.ศ.2555 (ต่อ)

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ระยะเวลาพักเฉลี่ยคน/วัน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน/บาท	
		นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศ	นักท่องเที่ยว ชาว	นักท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศ
2549	1,670.74	2.10	3.29	1,799.15	2,355.01
2550	6,699.08	2.34	4.04	1,807.80	2,537.27
2551	7,172.67	2.22	3.54	1,936.14	1,495.33

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรพล เกตุทัต (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 3) เพื่อแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (Segmentation) โดยใช้แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) เป็นฐานในการแบ่งกลุ่มตลาด กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบตามสะดวกผลการศึกษาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้ การศึกษาแรงจูงใจผลักดันจำนวน 14 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 14 ด้าน(ปัจจัย) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากซึ่งทั้ง 14 ปัจจัยนี้พบว่า 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือแรงจูงใจเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง รองลงมาคือแรงจูงใจเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป และแรงจูงใจเพื่อพบเห็นสิ่งใหม่ส่วนการศึกษาแรงจูงใจดึงดูดจำนวน 12 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 12

ปัจจัยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่ง 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือแรงดึงดูดด้านอาหารไทยรองลงมาคือวัฒนธรรมไทยและความเป็นมิตรของคนไทย สำหรับการแบ่งส่วนตลาดพบว่าสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้เป็น 2 กลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในกลุ่มที่ 1 สนใจในปัจจัยเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายและอยากพบเจอคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มที่ 2 สนใจในปัจจัยเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไปเพื่อหลบหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวันและอยากพบเจอคนท้องถิ่น งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

กษิติเดช ตริทอง (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบเพศและรายได้ของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลมีค่า IOC เท่ากับ 0.90 และมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.94 นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (T-test) สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ผลการวิจัย แรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ คือ ด้านวัฒนธรรม ด้านกายภาพ ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิและด้านการพัฒนาตนเองและมีระดับแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ คือ ด้านความสัมพันธ์ของบุคคลเมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน สรุปผลการวิจัยนักท่องเที่ยวนานาชาติมีแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

ลลิตา สุขมาก (2554) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณ เกาะเสม็ดจังหวัดระยองจำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane's ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20 – 25 ปี ร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.25 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 65.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.75 ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ร้อยละ 62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองแต่ละครั้ง 1 – 3 วัน ร้อยละ 94.50 เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 54.50 เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร ร้อยละ 65.25 เลือกพักบังกะโล / รีสอร์ท ร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น ร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พักผ่อน ร้อยละ 62.25 ไม่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวบนเกาะเสม็ด ร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 42.25 แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ เพื่อน / ญาติ ร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ร้อยละ 93.75 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยองโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ใน

ระดับปานกลางทุกด้านอันดับที่หนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับโดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

บุญเหลือ มีประวัติ (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเปรียบเทียบตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบค่าที (T-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันใช้สถิติสอบค่าเอฟ (F-test) เมื่อพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30 – 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีตำแหน่งพนักงานบริษัทเอกชนอัตราเงินเดือนระหว่าง 12,001 – 20,000 บาท สถานภาพสมรสที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดปัจจัยของแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านทางอารมณ์อยู่ในระดับมากที่สุดและการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินต่างกัน ยกเว้นรายได้ต่างกันทำให้ปัจจัยของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวต่างกัน

สิริรัตน์ นาคแบน (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันและเพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวน ร้อยละ ความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งผลการศึกษาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุต่ำกว่า 24 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาจากประเทศอังกฤษและมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน

การมาท่องเที่ยวเกาะพะงันกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1-5 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายงบประมาณในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 5,000 บาท มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันโดยวางแผนการเดินทางด้วยตนเองและถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพะงันอีกครั้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทราบหรือรู้จักแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวเกาะพะงันจากการแนะนำของบุคคล และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณหาดริ้นของเกาะพะงันมากที่สุดและโดยส่วนใหญ่นอกจากท่องเที่ยวเกาะพะงันแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เกาะสมุย และเกาะเต่า-เกาะนางยวน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยอีกด้วยและนอกจากท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศลาวมากที่สุดแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติที่สงบ (ว่ายน้ำอาบแดด) และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแรงจูงใจแล้วพบว่ามาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และจากการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำคัญขององค์ประกอบแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันตามกลุ่มทวีปของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวทวีปยุโรปมีแรงจูงใจทางด้านมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวทวีปเอเชียเนียบมีแรงจูงใจทางด้านมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยดึงดูดของแหล่งมากที่สุดและนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกามีแรงจูงใจทางด้านเกียรติภูมิและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมมากที่สุด จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน รวมทั้งหน่วยงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว อนุรักษ์และควบคุมคุณภาพมาตรฐานพร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ที่พักและอาหาร เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มคุณภาพที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

เจนจิรา บรรจงนิก (2555) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สสำรวจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่าน 2) สสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านในด้านต่างๆได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน จำนวน 400 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ร้อยละ

(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ ความแตกต่าง (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรืออาชีพของกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทและมีภูมิลำเนาทางภาคเหนือกลุ่ม ตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่านด้านปัจจัยหลักเพื่อพักผ่อนหย่อน ใจมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือเพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 (ระดับน้อย) และให้ความสำคัญกับปัจจัยตั้งในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตกมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความเงียบและสงบของ เมืองน่านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้าง ทรงล้านนาโบราณค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (ระดับปานกลาง) ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดน่าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ(แหล่งท่องเที่ยว)มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67 (ระดับมาก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (ระดับมาก) ด้าน คมนาคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (ระดับมาก) ตามลำดับ จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่านด้านต่างๆ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรมีการพัฒนา ส่งเสริม หรือวางกลยุทธ์ทางการ ท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เช่น การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ มี การจัดทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือแคมเปญต่างๆ เป็นต้น หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีกำหนดทิศทางการพัฒนา และการจัดการ ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน

วิดิเนีย มายอร์ (2555) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มี วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง 3) เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อ น้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Anova) ผลการศึกษาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชายมีอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ไม่ได้ทำงานประจำ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้มากที่สุดและมีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว โดยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลและส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ปัจจัยนั้นเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวพบว่าท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านคมนาคมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งให้คงเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไป รวมถึงควรจะได้ผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อความทันสมัย แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ ซึ่งเชื่อว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นกลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ถือเป็นงานสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

ปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร ซึ่งสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและสัมภาษณ์

ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าที่ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way : ANOVA) หรือ F-test การทดสอบรายคู่โดยวิธีของการเปรียบเทียบ เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายชาวอเมริกัน อายุ 20-25 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อปี 20,000-29,999 ดอลลาร์สหรัฐ 2) วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของผู้ตอบแบบสอบถามคือจับจ่ายสินค้า โดยมาเป็นครั้งแรก ในช่วงวันหยุดพักผ่อนชอมาในเวลา 10:00 -13:00น. โดยพักค้างคืนในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร มาท่องเที่ยวกับเพื่อนโดยแท็กซี่ทราบข่าวเกี่ยวกับตลาดนัดจตุจักรจากคู่มือท่องเที่ยว โดยต้องการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 1,000-2,000 บาท โดยจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งเพราะสถานที่น่าดึงดูดใจ และจะแนะนำเพื่อนหรือญาติให้มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร 3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในระดับมากในทุกด้าน องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรในระดับมากในทุกด้านเช่นกัน 4) จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุและการศึกษา แตกต่างกัน มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านของอาชีพ และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิริชัย กาญจนภาส (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาในประเทศไทย ศึกษาแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย จำนวน 418 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ปัจจัย ผลการศึกษาที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้ จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศอินเดียมากที่สุด รองลงมาจากบังคลาเทศและ ศรีลังกา มีอายุอยู่ในระหว่าง 25-34 ปี จบการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นผู้ใช้แรงงานฝีมือและกึ่งฝีมือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 รูปี นับถือศาสนาฮินดูมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ส่วน

ใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีลักษณะการมาที่กับคณะทัวร์และจะเดินทางกับเพื่อนหรือผู้ร่วมงาน นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาฮินดูมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึกด้านความต้องการเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ และความมีหน้ามีตามากที่สุด รองลงมาคือด้านการพักผ่อนในต่างประเทศในที่ไม่เคยไป ด้านความต้องการสถานภาพทางสังคม ด้านการหาประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรมขณะท่องเที่ยวกับครอบครัว ด้านการท่องเที่ยวยามราตรีและแหล่งบันเทิง ส่วนชาวอิสลามมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึกด้านการหาประสบการณ์และเรียนรู้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเรียนรู้สิ่งใหม่ ให้รางวัลตัวเองและชื่อของ ด้านท่องเที่ยวต่างประเทศในที่ไม่เคยไป ด้านการท่องเที่ยวกลางคืนหลักหนีจากความจำเจ ด้านการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว และชาวพุทธมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึก ด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่และการเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่มากที่สุด รองลงมาคือด้านพักผ่อนต่างประเทศในที่ไม่เคยไปในต่างแดน ด้านการให้รางวัลตัวเอง และหลักหนีความจำเจ ด้านการท่องเที่ยวกลางคืน และกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว และด้านการสร้างสัมพันธ์ภาพกับคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้กลุ่มวัยรุ่นมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึก ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากที่สุด รองลงมาคือด้านกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว ด้านหลักหนีความจำเจและด้านเรียนรู้ต่างวัฒนธรรม ส่วนกลุ่มวัยทำงานมีแรงจูงใจ ด้านปัจจัยผลึกด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากที่สุด รองลงมาคือด้านหลักหนีความจำเจ ด้านกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวและด้านท่องเที่ยวต่างประเทศในที่ไม่เคยไป ส่วนกลุ่มวัยสูงอายุมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลึกด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากที่สุด รองลงมาคือด้านหลักหนีความจำเจ ด้านท่องเที่ยวต่างประเทศในที่ไม่เคยไป ด้านชื่อของ และด้านเก็บประสบการณ์ นักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาฮินดูมีแรงจูงใจด้านปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์มากที่สุด รองมาคือปัจจัยด้านราคาและบรรยากาศชนบท แหล่งท่องเที่ยวยามราตรีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามมีแรงจูงใจด้านปัจจัยตั้ง ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการเดินทางและปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุด รองมาคือด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ สถานที่ตากอากาศชายทะเล ทำวีซ่าง่ายและชื่อของราคาสินค้าและความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานโรงแรมและอาหาร ความสวยงามของทิวทัศน์ และนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาพุทธมีแรงจูงใจด้านปัจจัยตั้ง ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการเดินทางและปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุด รองมาคือด้านแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ตากอากาศชายทะเลบรรยากาศใหม่และราคา ด้านวิถีชีวิตชนบทและมาตรฐานโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้กลุ่มวัยรุ่นมีแรงจูงใจด้านปัจจัยตั้งต่อปัจจัยด้านความน่าสนใจของแหล่ง

ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลและวัด ด้านอาหารและโรงแรม ด้านบรรยากาศทางการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล และด้านสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี ส่วนกลุ่มวัยทำงาน มีแรงจูงใจด้านมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล ด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี ด้านสถานที่ตากอากาศชายทะเล และด้านความโดดเด่นของสถานที่ ส่วนกลุ่มวัยสูงอายุ มีแรงจูงใจด้านความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่ตากอากาศชายทะเล ด้านมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานโรงแรมและวัด ด้านอาหารอินเดียและสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี ด้านความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผลและความปลอดภัย ผลความน่าจะเป็นในการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาฮินดูมีโอกาสที่จะไปอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่หรือภูกระดึงมากที่สุด รองลงมาคือตลาดนัดจตุจักรหรือประตูน้ำ สวนสนุกดรีมเวิลด์ ท่องเที่ยวผจญภัย เช่น ขี่ช้างหรือล่องแก่ง แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี วัดที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระแก้ว พูลมุนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน ชื่อของที่ห้างสรรพสินค้า อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยา ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวหรือกัมพูชา สักการะเทพฮินดูในสถานที่ที่มีชื่อเสียง เมืองวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ และเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระนครตามลำดับ ด้านนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลาม มีโอกาสที่จะไปตลาดนัดจตุจักรหรือประตูน้ำมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี ท่องเที่ยวผจญภัย เช่น ขี่ช้างหรือล่องแก่ง ชื่อของที่ห้างสรรพสินค้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่หรือภูกระดึง พูลมุนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวหรือกัมพูชา สวนสนุกดรีมเวิลด์ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยา ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาพุทธ มีโอกาสที่จะไปท่องเที่ยวผจญภัย เช่น ขี่ช้างหรือล่องแก่งมากที่สุด รองลงมาคือตลาดนัดจตุจักรหรือประตูน้ำ สวนสนุกดรีมเวิลด์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่หรือภูกระดึง ชื่อของที่ห้างสรรพสินค้า ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวหรือกัมพูชา พูลมุนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระนคร รีสอร์ทชายทะเล เช่น ภูเก็ต พัทยาหรือเกาะสมุย อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยา และผลความน่าจะเป็นในการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยววัยรุ่นมีโอกาสที่จะไปตลาดนัดจตุจักรหรือประตูน้ำมากที่สุด รองลงมาคืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่หรือภูกระดึง ด้านนักท่องเที่ยววัยทำงานมีโอกาสที่จะไปตลาดนัดจตุจักรหรือประตูน้ำและแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีมาก รองลงมาคือท่องเที่ยวผจญภัย เช่น ขี่ช้างหรือล่องแก่ง อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่หรือภูกระดึง สวนสนุกดรีมเวิลด์ ชื่อของที่ห้างสรรพสินค้า พูลมุนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวหรือกัมพูชา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยา วัดที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพระแก้ว และ

เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระนครและนักท่องเที่ยวสูงอายุมีโอกาสที่จะไปอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่หรือภูกระดึงมากที่สุด รองลงมาคือท่องเที่ยวผจญภัย เช่นขี่ช้างหรือล่องแก่ง ตลาดนัดจตุจักร หรือประตูน้ำ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยา สวนสนุกดรีมเวิลด์ ฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน สักการะเทพฮินดูในสถานที่ที่มีชื่อเสียง แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี วัดที่มีชื่อเสียง เช่นวัดพระแก้ว ชื่อของห้างสรรพสินค้า ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวหรือกัมพูชา และ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระนครตามลำดับ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

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

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหาดทรายดำในปี พ.ศ.2559 เป็นจำนวน 131,596 คน (สำนักงานการท่องเที่ยว)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane ที่มีความเชื่อมั่น 0.05 และความคาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคาดเคลื่อนที่กำหนดให้มีระดับนัยสำคัญ 0.5

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{131,596}{2}$$

$$1 + 131,596 (0.05)$$

$$n = \frac{131,596}{329.99}$$

$$n = 398.78$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398.78 ดังนั้นเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยและใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบมีลักษณะเป็น (Checklist) ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-and Questionnaire) ซึ่งมี 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบมีลักษณะเป็น (Checklist) ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-and Questionnaire) ซึ่งมี 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจผลักดัน (Push Factors) ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จะเป็นการเก็บข้อมูลให้เลือกตอบ 1 ข้อ และแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factors) ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จะเป็นการเก็บข้อมูลให้เลือกตอบ 1 ข้อ และแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม โดยการทำการสุ่มแบบบังเอิญ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร รายงานวิจัย อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS For Window เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. แบบสอบถามชนิดเลือกตอบวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำมาแจกแจงความถี่ และคำนวณหาค่าร้อยละเสนอผลวิเคราะห์ในรูปแบบตารางความเรียง

2. ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานให้คะแนนแต่ละระดับ

3.4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) สถิติเชิงพรรณนา

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) สถิติเชิงพรรณนา

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แรงจูงใจผลึกและแรงจูงใจดั้งเดิม คือการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล สถิติเชิงพรรณนา

4. การทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการทดสอบสมมติฐานในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทางด้านตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้ค่า T-test และในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ค่า F-test โดยใช้วิธีทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตราด มีเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 - 5.00 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
2.61 - 3.40 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80 คะแนน	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบังจังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบังจังหวัดตราดที่แตกต่างกัน 2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบังจังหวัดตราดที่แตกต่างกันดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด

ตอนที่ 3 แรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลมฉบัง จังหวัดตราด

ตอนที่ 4 แรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีดังนี้

\bar{X}	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	=	การทดสอบตัวแปร 2 กลุ่ม
f	=	การทดสอบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป
SS	=	ค่าผลบวกความเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง
Df	=	ค่า Degree of freedom
MS	=	ค่าผลต่างความเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง
Sig.	=	ค่า Significant (ระดับนัยสำคัญ)
*	=	มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำนวน 400 คน จำแนกตามเพศอายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานภาพ โดยใช้สถิติค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แสดงผลดังนี้

ตาราง 4.1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ(n = 400)

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	201	50.2
หญิง	199	49.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และเพศหญิงจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8

ตาราง 4.2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ(n = 400)

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	88	22.0
21 - 30 ปี	213	53.3
31 - 40 ปี	62	15.5
41 - 50 ปี	35	8.8
51 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอายุ 31-40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตาราง 4.3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ (n = 400)

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	87	21.8
พนักงานบริษัทเอกชน	108	27.0
รับราชการ	85	21.3
รัฐวิสาหกิจ	40	10.0
ค้าขาย/รับจ้าง	49	12.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	29	7.2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.3 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และค้าขาย/รับจ้าง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ตาราง 4.4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ (n = 400)

รายได้	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	106	26.5
15,000 – 30,000 บาท	230	57.5
30,000 – 50,000 บาท	62	15.5
50,000 บาทขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตาราง 4.5 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	128	32.0
ปริญญาตรี	270	67.5
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตาราง 4.6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิภาค (n = 400)

ภูมิภาค	ความถี่	ร้อยละ
กรุงเทพ-ปริมณฑล	90	22.5
ภาคกลางอื่นๆที่ไม่ใช่ กทม.	160	40.0
ภาคเหนือ	26	6.5
ภาคใต้	2	0.5
ภาคตะวันออก	72	18.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา(อยู่ในภาคกลางอื่นๆ)ที่ไม่่กทม. (กรุงเทพมหานคร) จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมากรุงเทพฯ-ปริมณฑล จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และภาคตะวันออก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตาราง 4.7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ(n = 400)

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
โสด	301	75.3
สมรส	97	24.3
หย่าร้าง	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาสมรส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 คน และหย่าร้าง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้สถิติค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แสดงผลดังนี้

ตาราง 4.8 แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
คนเดียว	31	7.8
ครอบครัว	215	53.8
กลุ่มเพื่อน	40	10.0
ญาติพี่น้อง	114	28.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาญาติพี่น้อง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และกลุ่มเพื่อน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตาราง 4.9 แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกจำนวนครั้งที่เดินทาง

จำนวนครั้งที่เดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	175	43.8
1 – 2 ครั้ง	214	53.5
มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทาง 1-2 ครั้งจำนวน 214 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาครั้งแรกจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตาราง 4.10 แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกทราบข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว

ทราบข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว(ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ความถี่	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	90	23.8
เอกสารการท่องเที่ยว	80	21.2
โฆษณา	54	14.3
การแนะนำของบุคคล	67	17.7
สารคดีการท่องเที่ยว	87	23.0
รวม	378	100.0

จากตาราง 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาสารคดีการท่องเที่ยว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และเอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความถี่และร้อยละจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกกิจกรรม

กิจกรรมที่ทำ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)	ความถี่	ร้อยละ
พักผ่อนในยามว่าง	105	24.7
ชมทิวทัศน์	70	16.5
เดินออกกำลังกาย	69	16.2
ร่วมกิจกรรม	46	10.8
ทำผลิตภัณฑ์	46	10.8
นวดสปา	45	10.6
ซื้อของฝาก	44	10.4
รวม	425	100.0

จากตาราง 4.11 กิจกรรมที่ทำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาพักผ่อนในยามว่าง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมาชมทิวทัศน์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และมาเดินออกกำลังกายกับร่วมกิจกรรม จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตอนที่ 3 แรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ เป็นการศึกษาระบบแรงจูงใจผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์ด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ตาราง 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจแบบผลึกตัน

แรงจูงใจแบบผลึกตัน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ค่าคะแนน
1. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	3.97	0.22	มาก
2. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาเที่ยว	4.21	0.46	มากที่สุด
3. ต้องการเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของหาดทรายดำ	4.18	0.73	มาก
4. ต้องการนวดสปาเพื่อบำรุงสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	3.89	0.80	มาก
5. ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลาย	4.18	0.38	มาก
6. ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ	4.03	0.66	มาก
7. ต้องการหาความสนุกและผจญภัย	4.27	0.52	มากที่สุด
รวม	4.10	0.54	มาก

จากตาราง 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจแบบผลึกตันของนักท่องเที่ยวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าต้องการหาความสนุกและผจญภัยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาต้องการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาเที่ยวอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และต้องการเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของหาดทรายดำกับต้องการพักผ่อนและผ่อนคลายอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ตอนที่ 4 แรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์ด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ตาราง 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจแบบดึงดูด

แรงจูงใจแบบผลักดัน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ค่าคะแนน
1. ความมีชื่อเสียงของ “ หาดทรายดำ ”	3.83	0.73	มาก
2. ความบริสุทธิ์ของเนื้อทราย หาดทรายสีดำ	3.76	0.65	มาก
3. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ	3.95	0.71	มาก
4. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.92	มาก
5. ความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่น	3.96	0.74	มาก
6. ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน	3.80	1.00	มาก
7. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.76	มาก
8. ระยะทางในการเดินทาง	3.92	0.90	มาก
9. การบริการในแหล่งท่องเที่ยว	3.87	0.78	มาก
10. ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.88	0.92	มาก
11. ความเหมาะสมค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.84	0.81	มาก
12. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและ ทรัพยากรสิ้น	3.90	0.87	มาก
13. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.80	0.85	มาก
รวม	3.88	0.82	มาก

จากตาราง 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด อยู่ในระดับ มากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อแล้วพบว่าความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ดังนั้น จะยอมรับ สมมติฐานหลัก (H1) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพ มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

1.1 นักท่องเที่ยวที่มี เพศ แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0: เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1: เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกัน

ตาราง 4.14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

แรงจูงใจผลักดัน	t	df	Sig.
เพศ	.017	398	.986

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.14 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามเพศพบว่าไม่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตาราง 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.190	4	.048	.858	.489
ภายในกลุ่ม	21.881	395	.055		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราดจำแนกตามอายุมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อายุที่ไม่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

1.3 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H₀ : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

H₁ : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตาราง 4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.204	6	.034	.611	.721
ภายในกลุ่ม	21.868	393	.056		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำแนกตามอาชีพพบว่าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตาราง 4.17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.244	3	.081	1.476	.221
ภายในกลุ่ม	21.828	396	.055		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.5 ระดับการศึกษามีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาค่าเฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตาราง 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.313	2	.157	2.856	.059
ภายในกลุ่ม	21.759	397	.055		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.6 ภูมิลำเนา มีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิลำเนา

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.245	5	.049	.884	.491
ภายในกลุ่ม	21.827	394	.055		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงบ จังหวัดตราดจำแนกตามภูมิลำเนาพบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.7 สถานภาพ มีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H₀ : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H₁ : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามสถานภาพ

แรงจูงใจผลักดัน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.097	2	.049	.877	.017*
ภายในกลุ่ม	21.975	397	.055		
รวม	22.072	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามสถานภาพพบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₁) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₀) หมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมมวงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอายุโดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง
โสด	-	.020 (.767)	.189 (.526)
สมรส		-	.169* (.602)
หย่าร้าง			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหย่าร้างมีแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพ มีแรงจูงใจดึงดูด (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน

2.1 นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวน ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวน ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวน ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H1) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test

แรงจูงใจดึงดูด	t	df	Sig.
เพศ	2.788	398	.006*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำแนกตามเพศพบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.036	4	.009	.127	.973
ภายในกลุ่ม	27.906	395	.071		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามอายุมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าอายุที่ไม่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

2.3 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากราย ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.528	6	.088	1.262	.274
ภายในกลุ่ม	27.414	393	.070		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามอาชีพพบว่าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.104	3	.035	.494	.687
ภายในกลุ่ม	27.838	396	.070		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.5 ระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H₀ : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H₁ : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H₁) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.009	2	.005	.065	.037*
ภายในกลุ่ม	27.933	397	.070		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้การทดสอบแบบ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 4.27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

สถานภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.010* (.038)	.000 (1.00)
ปริญญาตรี		-	.010 (.998)
สูงกว่าปริญญาตรี			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวจำแนกสถานภาพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมีแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาระดับชั้นต่ำกว่าปริญญาตรี

2.6 ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : ภูมิภาคต่าง ๆ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : ภูมิภาคต่าง ๆ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.202	5	.040	.575	.719
ภายในกลุ่ม	27.740	394	.070		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจำแนกตามภูมิลำเนาพบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.7 สถานภาพ มีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H0 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน (H1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ Scheffe เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตาม

สถานภาพ

แรงจูงใจดึงดูด	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.066	2	.033	.473	.624
ภายในกลุ่ม	27.876	397	.070		
รวม	27.942	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำแนกตามสถานภาพ พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราดมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราดที่แตกต่างกัน 2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด มีผลการสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอาชีพพนักงานเอกชน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีภูมิลำเนาภาคกลางอื่นๆที่ไม่ใช่ กทม. จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และมีสถานภาพโสด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3

5.1.2 จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มา 1-2 ครั้ง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และมีกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่คือมาพักผ่อนในยามว่าง 105 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7

5.1.3 จากการศึกษาแรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่าต้องการหาความสนุกและผจญภัยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาต้องการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาเที่ยวอยู่ใน

ระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และต้องการเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของหาดทรายดำกับ ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

5.1.4 จากการศึกษาแรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่าความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

เมื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกัน พบว่า

1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อ แรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.2 อายุ ที่ไม่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจผลักดันการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.3 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.5 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.6 ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

1.7 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจ ดึงดูด (Push Factor) การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกัน พบว่า

2.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อ แรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 อายุ ที่ไม่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจดึงดูดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.3 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.5 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

2.7 สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

5.2.1 จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 21-30 ปี โดยประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000-30,000 บาท อาศัยอยู่ภูมิลำเนาภาคกลางอื่นที่ไม่ใช่กทม. และมีสถานภาพโสดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา สุขมาก (2554) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้ไปท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยส่วนมากเป็นเพศชายอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิคิเนีย มายอร์ (2555) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง

มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนมากที่มาเที่ยวมีสถานภาพโสดส่วนมากมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 บาท

5.2.2 จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนหรือมาท่องเที่ยวอย่างน้อย 1-2 ครั้ง ซึ่งทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตและมีกิจกรรมในการมาพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชัย กาญจนภาส (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากชอบท่องเที่ยวตามโบราณสถานที่มีประวัติศาสตร์สุโขทัยหรืออยุธยาทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชัย กาญจนภาส (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ชอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่มากที่สุดและอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เก่งกล้าและธิดา มีปลื้ม (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวเมืองโบราณ โดยให้ความสำคัญความสวยงามของธรรมชาติในการมาเที่ยวครั้งต่อไป

5.2.3 จากการศึกษาแรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการพักผ่อนและญาติมิตรมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของหาดทรายดำทำให้เกิดความสนุกสนานจากการผจญภัยครั้งนี้ อีกทั้งยังสามารถพักผ่อนและผ่อนคลายได้อีกด้วยซึ่งตรงกับงานวิจัยของ นรพล เกตุทัต (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่าอาหารไทยสามารถดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษิต์เดช ตรีทอง (2557) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติ พบว่าชาวต่างชาติสนใจในวัฒนธรรมของประเทศไทย จึงได้เข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาหาความรู้และอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศวิตา นพเกตุ (2555) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ใช้บริการเดย์สปาในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการเดย์สปา เพื่อการผ่อนคลายในการลดความเครียด ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของสถานประกอบการที่ดี มีความประทับใจ มีภาพลักษณ์และราคาสมเหตุสมผล

5.2.4 จากการศึกษาแรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวและความเจียมสงบ อันเป็นธรรมชาติซึ่งอาศัยความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา สุขมาก (2554) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกเป็นอันดับแรกอีก ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา บรรจงนึก (2555) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าสิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการไปศึกษาธรรมชาติจากแหล่งท่องเที่ยวและยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ แสงเดือน รติธร (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อ นักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมี ปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ ได้สัมผัสความงดงามของ ธรรมชาติ วัฒนธรรมไทย อาหารไทย และมีความพร้อมของข้อมูลในการท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด เพื่อเป็นแนวทางในการ พัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมดึงดูดกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมในการท่องเที่ยวให้เกิดการ ขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด

5.3.2 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตาม ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว 1-2 ครั้งโดยทราบแหล่งข้อมูลมาจากทางอินเทอร์เน็ตและ กิจกรรมที่มายังแหล่งท่องเที่ยวคือการมาพักผ่อนในยามว่างมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานรัฐที่ผู้ ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด

5.3.3 การศึกษาแรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดล้วนแต่เป็นเรื่องการได้พาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยวเพื่อหาความสนุกในการผจญภัยในสิ่งแปลกใหม่ มาสัมผัสกับธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่รัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องหาวิธีในการสร้างแรงจูงใจผลักดันหรือประสบการณ์ที่มีความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อผลักดันให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

5.3.4 การศึกษาแรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดล้วนแต่เป็นเรื่องความสะดวกสบายของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นมิตรของผู้ดูแลในการบริการแหล่งท่องเที่ยวและความเรียบง่ายของธรรมชาติ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่รัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องควรรักษาให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนในท้องถิ่นแสดงความเป็นมิตรมีน้ำใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวยามเกิดปัญหา ซึ่งจะสะท้อนให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงกว้างของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น หากมีผู้สนใจศึกษาเพิ่มเติมถึงเหตุผลในด้านพฤติกรรมและในด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพแบบเจาะลึกจะได้ทราบถึงความต้องการจริงๆของกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้ว่าเป็นอย่างไร

บรรณานุกรม

- กรรณิกา พิมพ์ศรี. (2547). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กษิดิ์เดช ตีรทอง. (2557). **แรงจูงใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวนานาชาติ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- เจนจิรา บรรจงนี่ก. (2555). **แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิชา วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- ชนินทร์ เก่งกล้าและฉิติ มีปल्ली. (2555). **ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี**. บริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2535). **มนุษย์สัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- นคร ลักษณะกาญจน์. (2546). **ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นรพล เกตุทัต. (2557). **แรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิรันดร ทัพไชย. (2550). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญเหลือ มีประวัติ. (2555). **ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินของนักท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. (2553). **แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณทิพย์ กาลธียนันท์. (2543). **การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายบริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการอุดมศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิทยะ ศรีวัฒน์สาร. (2551). **ความหมายการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). **หลักการตลาดยุคใหม่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- ลลิตา สุขมาก. (2554). **แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2559). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณ วรชวานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิดิเนีย มายอร์. (2555). **แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วารัชต์ มัชฌิมบุษ. (2556). **การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, มหาวิทยาลัยพะเยา
- ศวิตา นพเกต. (2555). **ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ใช้บริการเดย์สปาในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี**. มหาวิทยาลัยบูรพา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน.
- ศิริชัย กาญจนโนภาส. (2557). **แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ที่เดินทางมาประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุบัญญัติ ไชยชาญ. (2550). **การบริหารการขาย**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: บริษัท.พี.เอ.ดี.พี.ริง.
- สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์และภาวณา สายชู. (2550). **MBA HANBOOK คู่มือสำหรับนักบริหาร และนักศึกษาปริญญาโท**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: หจก. ซี แอนด์ เอ็น.
- เสรี วังส์ไพโรจิตร (2534). **จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- แสงเดือน รตินทร. (2555). **ได้ทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อารี พันมณี. (2546). **จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ : ไยใหม่ ศรีเอทีพี กรุ๊ป.
- Anita E. Woolfolk. (1995). **Motivation and Personnality**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ วีเลิร์น.
- Alastair T. White. 1982. **Why Community Participation**. United Nation. Children's Fund.
- Bandura, Albert. 1977. **Social Lerner Theory**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Cohen, E. 1972. Towards a sociology of international tourism. **Social Research**, 39, p. 64-82.
- Crompton L., (1979). "motivations for pleasure vacation". **Annals of Tourism Research**, 6: 408-424.
- Domjan, M. (1996). **The Principles of Learning and Behavior** Belmont. California: Thomson Wadsworth.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Holloway, J. C. and Robinson, Chris. 1995. *Marketing for Tourism*, 3rd edition, Longman, Essex.
- Horner. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. New Delh : Bulth-Iteinemann.
- Klenosky D., (2002). “The pull of tourism destinations: a means-end investigation”.
Journal of Travel Research, 40: 385-395.
- Loudon, David and Bitta, Albert. 1988. *Consumer Behavior : Concepts and Applications*.
3 rd. ed. New York : McGraw Hill.
- Perreault, W. D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. 1979. “A Psychological Classification of
Vacation Life-styles”, *Journal of Leisure Research*, 9, p. 208-224.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk Leslie Lazar . 1991. *Consumer Behavior* . 4 th.ed. New
Jersey : Englewood Cliffs.
- Walter, K. (1978). *The Working Class in Welfare Capitalism*. London: Routledge & Kegan
Paul.

ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

- ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2542). “ความหมายของการท่องเที่ยว.”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://tourismatbuu.wordpress.com/> (15 กรกฎาคม
2560).
- กรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว (2552 – 2558). “สถิติการท่องเที่ยว ตราด”.
[ระบบออนไลน์]. <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>
(6 มิถุนายน 2560).
- ที่ทำการปกครองจังหวัดตราด. (2555). “ประวัติความเป็นมาของจังหวัดตราด.”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.trat.go.th/newweb/> (6 มิถุนายน 2560).

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร การตอบแบบสอบถามของท่านถือว่ามีคุณค่าต่อการศึกษาอย่างยิ่ง จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 21-30 ปี
() 31-40 ปี () 41-50 ปี
() 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- () นักเรียน/นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน
() รับราชการ () รัฐวิสาหกิจ
() ค้าขาย/รับจ้าง () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
() พ่อบ้าน/แม่บ้าน

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 15,000 บาท () 15,000 - 30,000 บาท
() 30,000 - 50,000 บาท () 50,000 บาท ขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี

6. ภูมิลำเนา

- () กรุงเทพฯ-ปริมณฑล () ภาคกลางอื่นๆ ที่ไม่ช่กทม.
 () ภาคเหนือ () ภาคใต้
 () ภาคตะวันออก () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7. สถานภาพ

- () โสด () สมรส
 () หย่าร้าง

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ
อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด**

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

- () คนเดียว () ครอบครัว
 () กลุ่มเพื่อน () ญาติพี่น้อง
 () บริษัทนำทัวร์ () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตราด

- () ครั้งแรก () 1 – 2 ครั้ง
 () มากกว่า 3 ครั้ง ขึ้นไป

3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ ได้อย่างไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () อินเทอร์เน็ต () เอกสารการท่องเที่ยว
 () โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ () การแนะนำของบุคคล
 () สารคดีการท่องเที่ยว () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. กิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณ ณ หาดทรายดำ

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () นวดสปา () ชมทิวทัศน์
 () เดินออกกำลังกาย () อื่นๆ(โปรดระบุ).....
 () ทำผลิตภัณฑ์ () พักผ่อนในยามว่าง
 () ชื้อของฝาก () ร่วมกิจกรรมทางสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจแบบผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลงมอบ จังหวัดตราด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องทางขวามือ โดยพิจารณาเลือกให้ตรงกับระดับแรงจูงใจของท่านให้มากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อ.แหลงมอบ จ.ตราด		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
2.	ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาเที่ยว					
3.	ต้องการเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของหาดทรายดำ					
4.	ต้องการนวดสปาเพื่อบำรุงสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)					
5.	ต้องการพักผ่อนและผ่อนคลาย					
6.	ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ					
7.	ต้องการหาความสนุกและผจญภัย					

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจแบบดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อำเภอ แหลงมอบ จังหวัดตราด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องทางขวามือ โดยพิจารณาเลือกให้ตรงกับระดับแรงจูงใจของท่านให้มากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ อ.แหลงมอบ จ.ตราด		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	ความมีชื่อเสียงของ “ หาดทรายดำ ”					
2.	ความบริสุทธิ์ของเนื้อทราย หาดทรายสีดำ					
3.	ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ					
4.	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
5.	ความเป็นมิตรของบุคคลในท้องถิ่น					
6.	ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน					
7.	ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
8.	ระยะทางในการเดินทาง					
9.	การบริการในแหล่งท่องเที่ยว					
10.	ความปลอดภัยในการเดินทาง					
11.	ความเหมาะสมค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					

	ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทราย ดำ อ.แหลมงอบ จ.ตราด	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
12.	สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและทรัพย์สิน					
13.	การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว					

“ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล นางสาวณภัค เพชรวิสัย
วัน เดือน ปี เกิด 6 มกราคม 2534
ภูมิลำเนา กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา
พ.ศ.2548– 2552 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
วิทยาเขตพณิชยการพระนคร

