



การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
**A Study of Motivations and Satisfaction of Tourists Visiting Raksawarin
and Pornrang Hot Springs in Ranong Province**

วิกิเนีย มายอร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา พ.ศ. 2555

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

วิกิเนีย มายอร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา พ.ศ. 2555

**A Study of Motivations and Satisfactions of Tourists Visiting Raksawarin
and Pornrang Hot Springs in Ranong Province**



Virginia Mayor

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Tourism Management Faculty of Arts and Sciences,
Dhurakij Pundit University**

2012

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง” เนื่องด้วยความช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย ทั้งยังตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ จึงสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างยิ่ง ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ มาโดยตลอด

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีและขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ นิสิตที่คอยช่วยเหลือ และคอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ตลอดเวลา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ และขอมอบความสำเร็จของการศึกษานี้ให้กับ คุณแม่จรรย์รัตน์ คงเพชร คอยให้กำลังใจอันยิ่งใหญ่เสมอมาและที่คอยให้การสนับสนุนการศึกษาจนประสบความสำเร็จหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

วิคิเนีย มายอร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญรูาง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. การทบทวนงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว.....	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	17
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	28
2.5 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดระนอง.....	31
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55
2.7 กรอบแนวความคิด.....	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	62
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	64
4. ผลการศึกษา.....	67
4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว.....	68
4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง.....	70
4.3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง.....	76
4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อน รักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง.....	81
4.5 การทดสอบสมมติฐาน.....	83
5. สรุปผลการศึกษา.....	109
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	110
5.2 อธิปไตยผล.....	112
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	113
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	114
บรรณานุกรม.....	116
ภาคผนวก.....	124

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดระนองในปีพ.ศ.2550-2552.....	1
2.1 ลักษณะทางธรณีเคมีของแหล่งน้ำร้อนพรัง.....	39
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง.....	70
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	72
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	72
4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	73
4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะ การเดินทางมาท่องเที่ยว.....	74
4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่เดินทาง มาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.....	74
4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทาง มาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.....	75
4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่เดินทาง มาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.....	75
4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้ง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.....	76
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง.....	77
4.12 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวใน การเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยดึงดูด ของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและ บ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนอง.....	80
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อ บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนอง.....	81
4.15 แสดงค่าสถิติแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนองเปรียบเทียบตามเพศ.....	83
4.16 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนองเปรียบเทียบตามอายุ.....	86
4.17 เปรียบเทียบเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	89
4.18 เปรียบเทียบท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	89
4.19 เปรียบเทียบเพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	90
4.20 เปรียบเทียบต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด) จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	90
4.21 เปรียบเทียบต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	91
4.22 เปรียบเทียบเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	91
4.23 เปรียบเทียบเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 เปรียบเทียบความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	92
4.25 เปรียบเทียบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	93
4.26 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองเปรียบเทียบตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	95
4.27 เปรียบเทียบเพื่อสัมผัสทัศนภาพเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน จำแนกตามรายได้โดยเปรียบเทียบเป็นราย.....	97
4.28 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา.....	98
4.29 เปรียบเทียบเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน จำแนกตามระดับการศึกษาโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	100
4.30 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามเพศ.....	101
4.31 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและ บ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนองเปรียบเทียบตามอายุ.....	102
4.32 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เฉลี่ยรวมจำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	103
4.33 เปรียบเทียบด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	103
4.34 เปรียบเทียบด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามอายุโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนองเปรียบเทียบตามอาชีพ.....	105
4.36	เปรียบเทียบด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม.....	106
4.37	วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	107
4.38	วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนองเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา.....	108

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงลำดับของความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์.....	21
2.2 ภาพแสดงแผนที่สถานที่ตั้งและอาณาเขตระนอง.....	33
2.3 ภาพบ่อน้ำร้อน-สวนสาธารณะรักษะวาริน.....	36
2.4 ภาพบ่อน้ำร้อนบ่อน้ำร้อนพริ้ง.....	40
2.5 ภาพศาลหลักเมือง.....	41
2.6 ภาพวัดสุวรรณคีรีวิหาร (วัดหน้าเมือง).....	42
2.7 ภาพพระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง).....	43
2.8 ภาพจวนเจ้าเมือง.....	44
2.9 ภาพสุสานเจ้าเมืองระนอง.....	45
2.10 ภาพหาดชาญคำรี.....	46
2.11 ภาพวัดหาดส้มแป้น.....	46
2.12 ภาพระนองแคนยอน.....	47
2.13 ภาพสะพานปลาเทศบาลระนอง.....	48
2.14 ภาพเขาฟ้าші.....	48
2.15 ภาพคอคอดกระ.....	49
2.16 ภาพภูเขาหญ้า.....	50
2.17 ภาพน้ำตกหงาว.....	51
2.18 ภาพน้ำตกโตนเพชร.....	51
2.19 ภาพน้ำตกปุณณบาล.....	52
2.20 ภาพอุทยานแห่งชาติแหลมสน.....	53
2.21 ภาพอุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี.....	53
2.22 ภาพเกาะพยาม.....	54

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
ชื่อผู้เขียน	วิคิเนีย มายอร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิบูล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way Anova) ผลการศึกษาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีเป็นผู้ไม่ได้ทำงานประจำ มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มากที่สุดและมีสถานภาพโสด

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวโดยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคล และส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง และเมื่อ

พิจารณาทั้ง 2 ปัจจัยนั้น เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า ท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะความบริสุทธิ์ของชนน้ำแร่ธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากรองลงมาคือ ด้านคมนาคมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง ให้คงเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไป รวมถึงควรผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อความทันสมัย แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ ซึ่งเชื่อว่าการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ถือเป็นงานสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

Thesis Title	A Study of Motivations and Satisfactions of Tourists Visiting Raksawarin and Pornrang hot Springs in Ranong Province
Author	Miss Virginia Mayor
Thesis Advisor	Asst Prof.Dr Aswin Sangpikul
Major Program	Tourism Management Program
Academic Year	2011

ABSTRACT

The objectives of the research on motivations and satisfactions of tourists visiting Raksawarin and Pornrang hot springs, Ranong are i) to study the motivations of tourists who select hot springs as their destinations ii) to study their satisfactions towards the hot springs and iii) to study the visitors' behaviors while visiting Raksawarin and Pornrang hot springs. The samples of the study are 300 Thai visitors at the hot springs. The methodology of analysis includes Percentage, Frequency, Factor Analysis, and One-way ANOVA. The findings from the research are as follows;

The research shows that most Thai visitors at Raksawarin and Pornrang hot springs are single female, aged between 31-40 years old. Most sample have educational level under college, earning less than THB 15,000, residing in the southern part of Thailand.

Most Thai visitors travel with family, average size of the travelling group is more than 3 persons, and they select the hot springs with personal recommendation. The purpose of the visit is the therapeutic uses of the hot springs.

The motivation level of the visitors is considered prominent, the average score of the motivational factors ranks higher than the average of the pull factors to visit the Raksawarin and Pornrang hot springs. When considering the factors analysis, the research shows that the reason that most tourists visit the hot springs is for relaxation while the purity of the natural mineral hot springs is the most important pull factor.

The satisfaction of visitors on Raksawarin and Pornrang hot springs ranks from the resources of the destination, transportation, convenience, security, and promotion and public relations; with the high level of satisfaction on all the factors mentioned above.

The findings from the research on motivations and satisfactions of tourists visiting Raksawarin and Pornrang hot springs, Ranong, shows the importance of maintenance and development of the natural environment of the hot springs; the government or responsible agencies should also modernize the marketing and public relation while emphasize the natural feelings of the media. With increasing public relations, the potential visitors shall be updated with new information and alternative tourist destination, which will result in additional visitors to those destinations and additional income to the local community and Thailand at the same time.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามามากกว่าแสนล้านบาท และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ภาคธุรกิจ การท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีผลต่อการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบบริการพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็กและเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ที่ติดชายฝั่งทะเลอันดามัน มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งระบบนิเวศทางทะเล ป่าชายเลน และป่าไม้เขียวชอุ่ม นอกจากนี้ยังมีฝนตกชุกถึงปีละ 8 เดือน ทำให้เมืองนี้ได้รับฉายาว่า “เมืองแห่งฝนแปดแดดสี่” อีกทั้งยังมีแร่ธาตุได้พิภพที่เต็มไปด้วยประโยชน์ต่อมนุษย์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อย่างเช่น ชารน้ำแร่ ทำให้ต้องมึนโยบายการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างครบครันภายในจังหวัดระนองเป็นจุดขาย (Trips Magazine, 2551)

ทั้งนี้ระนองยังเป็นจังหวัดใหม่ทางการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยอยู่ในขณะนี้ ดังจะเห็นได้จากตารางสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง พ.ศ. 2552 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดระนองในปี พ.ศ. 2550-2552

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	รวม
	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	
2550	21,959	207,675	229,634
2551	28,617	210,344	238,961
2252	18,412	179,957	198,369

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553)

จังหวัดระนองเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันตกในเขตภาคใต้ตอนบน มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มาตั้งแต่อดีตโดยเฉพาะทรัพยากรแร่ ดินบุกและป่าไม้ ปัจจุบันระนองเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมายและสวยงามไม่น้อยกว่าจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ ของภูมิภาค มีทั้งชายหาดที่สวยงามและเงียบสงบ ท้องทะเลสวยใสที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรใต้น้ำ มีเกาะขนาดเล็กน้อยใหญ่กว่า 62 เกาะ แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ป่าไม้เขียวจีบริสุทธิ์ น้ำตก และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี อุทยานแห่งชาติแหลมสน คอคอดกระ เขาฟ้าชีและบ่อน้ำร้อน สุสานเจ้าเมืองระนองและพระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) นอกจากนี้สิ่งที่โดดเด่น คือ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวระนอง ที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ทั้งนี้ด้วยศักยภาพของจังหวัดระนองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ดีระดับโลกทั้งในเรื่องของน้ำแร่ร้อนธรรมชาติ ทรัพยากรป่าชายเลน จึงเหมาะที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นเมืองแห่งสุขภาพ

อย่างไรก็ตามถึงแม้จังหวัดระนองจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายดังกล่าวข้างต้น แต่ด้วยจังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็กจึงยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ทางการท่องเที่ยวจากกลุ่มจังหวัดแถบทะเลอันดามันและจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมามีคนจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาอื่นๆ ที่ตามมาประกอบกับวิถีการดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมเมืองที่ต้องเร่งรีบแข่งขันอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดภาวะเครียดได้ง่ายและมีผลต่อสุขภาพร่างกาย เมื่อมีเวลาว่างก็ต้องการพักผ่อนหรือหาความสุข ความสบายกาย สบายใจให้กับชีวิต จึงเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดการพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ขึ้นมาสนองความต้องการของมนุษย์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจสำรวจเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับทางองค์กรต่างๆ และหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยว การให้บริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
2. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
2. ทำให้ทราบถึงระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
3. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง
4. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งเที่ยวและเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมทรัพยากรธรรมชาติและหน่วยงานเอกชนอื่นๆ อันนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมทางการท่องเที่ยวให้เกิดการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา มีระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัยในการศึกษานี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อน

พริ้ง จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างการสำรวจครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน พ.ศ. 2554 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ฯลฯ สถานที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม เป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากถิ่นที่อยู่อาศัยจะถาวรหรือไม่ก็ตามไปยังบริเวณอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) ความสุขารมณ์ เพื่อเหตุผลเกี่ยวกับเคสสถานของตนเอง เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเรื่องไม่ว่าจะเป็นในเชิงวิทยาศาสตร์ เชิงการสำรวจวิจัย การบริหาร การทูต หรือศาสนา ฯลฯ และ (2) การทำธุรกิจของตนเอง หรือของหมู่คณะ เช่น สำรวจตลาด ตรวจรับสิ่งของที่สั่งซื้อ ติดต่อดัวแทนต่างๆ ฯลฯ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเส้นทางท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจที่มีปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล หรือปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคล ซึ่งสร้างความกระตือรือร้นและไม่ย่อท้อต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อนต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด) เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลซึ่งเป็นผลจากการประเมินคุณภาพการบริการจากการรับรู้ สิ่งที่ได้รับสิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น เช่น ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดระนอง
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวความคิด

2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543:44) หมายถึง กิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำของมนุษย์ ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการ

1. เป็นการเดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่มีค่าใช้จ่ายประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่างต่อไปนี้

เพื่อพักผ่อนในวันหยุด

เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา

เพื่อการศึกษา

เพื่อการกีฬาและบันเทิง

เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ

เพื่องานอดิเรก

เพื่อนิยมเยือนญาติมิตร

เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

วรรณ วลัยวาณิช (2546: 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้ รับรู้ สนุกสนานเพลิดเพลินร่วมกัน

ประภาศรี เขิกขุนทด (2551: 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดระหว่างเวลาว่าง ซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่ เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมักมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพวัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ การท่องเที่ยวทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 84-85) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่ง

ไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยจะมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณเข้ามาาร่วมด้วย

Wahab (อ้างถึงพลอยศรี โปราณานนท์ 2544: 8) กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวว่าขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายซึ่งเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภทดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน (Recreation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อนและความเพลิดเพลิน เป็นการผ่อนคลายความเครียดจากหน้าที่การงาน หรือต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งแวดลอมที่เคยชินไปสักชั่วระยะหนึ่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเภทนี้มักอยู่ในรูปแบบของการพักผ่อนจริงๆ เช่น นอนพักริมชายหาดหรืออาบแดดในเวลากลางวัน มีนันทนาการในช่วงเวลาว่างคืน เช่น ไปดื่ม กิน เพื่อความสนุกสนานและผ่อนคลาย

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการมีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทนี้จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม จากแหล่งท่องเที่ยวขณะเดียวกันก็มีความเพลิดเพลินอยู่ด้วย เช่น การมีประสบการณ์ด้านดนตรี การละเล่น การฟ้อนรำ ที่เป็นวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพเป็นหลัก การท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อว่าสามารถทำให้สุขภาพร่างกายดีขึ้นตามความเชื่อและความนิยมในสมัยนั้น เช่น การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีน้ำแร่ บ่อน้ำแร่ที่มีชื่อเสียงในอดีตที่บุคคลสำคัญ ๆ ในเวลานั้นนิยมไปท่องเที่ยว เช่นที่เมืองสปา ในประเทศเบลเยียมหรือการเดินทางไปยังสถานที่พัดตอากาศทางทะเลที่เกิดขึ้นมากมายในอังกฤษช่วงการปกครองของพระนางวิกตอเรีย เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อเกมกีฬา (Sport Tourism) เป็นการเดินทางหรือท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในด้านการกีฬาเป็นหลัก ซึ่งอาจจะเป็นการไปชมกีฬาหรือไปเล่นกีฬา เป็นต้น การท่องเที่ยวประเภทนี้เริ่มมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา และในสมัยนั้นมีการแข่งขันกีฬา

5. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Conference Tourism) เป็นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนา แต่ก่อนหรือหลังหรือระหว่างการประชุมสัมมนานั้นอาจจะมีกิจกรรมเชิงการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น การเดินทางไปที่ชมสถานที่สำคัญ ๆ เป็นต้น

พลอยศรี โปราณานนท์ (2544: 9) ได้เพิ่มประเภทการท่องเที่ยวขึ้นอีก 3 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการมีความรู้หรือประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ไปท่องเที่ยว นั้นๆ เช่น การไปชมโบราณสถานต่าง ๆ เข้าชมพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของมนุษย์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา หรือต้องการมีความรู้ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับชาติพันธุ์ของมนุษย์ ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่นการไปเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขาในภาคเหนือของประเทศหรือแม้แต่การกลับไปเยือนแผ่นดินแม่ของเยาวชนเชื้อสายเอเชียในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสัมผัสหรือได้อยู่ใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่นการท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่าหรือการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติซึ่งนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติของป่าเขาสัตว์ป่า และบางโอกาสก็ยังมีกิจกรรมขี่ช้าง ล่องแพ รวมอยู่ด้วย

2.1.1 รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (อ้างถึงใน วารสาร มัชฌมบุรุษ 2551: 30) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบหลักได้แก่ 1) รูปแบบ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและ แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่ง ธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อ การรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล

ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ เกษตรกรรมสวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ การรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝน ดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริย จักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบต่อ การรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดย ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ และมี จิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาคมในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความ เชื้อ การยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทาง วัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึง การ เดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมี ความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ภูผลงาน สร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความ เข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทาง วัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการ ท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อ การพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่ เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้แก่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทยรวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เช่น หมู่บ้านชาว ไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยงหมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่ เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับความประทับใจและความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึงกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจูงใจให้แก่อำเภอกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางค์ จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้า ประเภทนั้น ได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักแรมตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/ C=conference / E=exhibition)เป็น การจูงใจให้แก่อำเภอกลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจูงใจการนำเที่ยว หลังการประชุม (post-tour) โดยการจูงใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้าง แรม 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่ กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจูงใจการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ ประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา และประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

2.1.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (2550) ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
2. แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย หาดหิน ป่าชายเลน ทะเลสาบ เกาะแก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำแร่ เขตสงวนพันธุ์ สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ พื้นที่ชุ่มน้ำ แหล่งปะการังธรรมชาติใต้ทะเล และ ซากดึกดำบรรพ์ เส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติ ฯลฯ ที่เปิดให้สาธารณชนเข้าใช้สถานที่เพื่อการท่องเที่ยว โดยสถานที่เหล่านั้นอาจอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนก็ได้ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ส่งเข้าประกวด จะต้องดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ปีนับถึงวันสมัคร

2) แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ที่มีการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือของท้องถิ่นอาจมีลักษณะเป็น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน หรือแหล่งโบราณคดี ที่ดำเนินการโดยรัฐหรือเอกชนก็ได้ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ที่จัดตกแต่งหรือรวบรวมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมืองหัตถกรรมพื้นบ้านสถานที่ที่แสดงการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตของคนพื้นบ้าน เป็นต้น โดยสถานที่เหล่านี้จะเป็นสถานที่ที่ดำเนินการโดยรัฐหรือเอกชนก็ได้ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเมือง หรือชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยวโดยสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเมือง หรือชุมชนท้องถิ่นนั้นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ส่งเข้าประกวด จะต้องดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ปีนับถึงวันสมัคร

3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ

แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ หมายถึง สถานที่ที่มนุษย์จัดสร้างขึ้นเพื่อจัดให้บริการเพื่อให้ความเพลิดเพลินเสริมสร้างความรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก Theme Park เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการที่ส่งเข้าประกวด จะต้องดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ปีนับถึงวันสมัคร

4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นโดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริม

ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

5) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง สถานที่ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการเกษตรเป็นหลัก เช่น สวนเงาะ ไร่องุ่น สวนดอกไม้ สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น แต่ในพื้นที่ดังกล่าวได้มีการจัดการบริการด้านต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้ อาทิ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวโดยมีวิทยากรนำชม การจัดสถานที่สาธิต การบรรจุผลิตภัณฑ์ หรือการเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและของที่ระลึกที่มาจากงานด้านการเกษตรที่ทำอยู่ เป็นต้น เป็นการเกษตรที่ดำเนินการในประเทศหรืออาจมีการติดต่อ หรือร่วมมือกับต่างประเทศได้ในบางส่วน การดำเนินการเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวนั้นจะต้องไม่มีส่วนขัดแย้งกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ส่งเข้าประกวดจะต้องดำเนินการมาแล้ว ไม่นต่ำกว่า 2 ปีนับถึงวันสมัคร

2.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

เสรี วังสไพจิตร (2534) ความสำคัญของการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ โดยนำเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศชาติและเข้ามาซื้อสินค้าและนำกลับออกไป รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) ที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการคำนวณรายได้จากการท่องเที่ยว คือ จำนวนนักท่องเที่ยว×วันพักเฉลี่ย×ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน/วัน/คน

2. การท่องเที่ยวแก้ไขปัญหาคาขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศ กล่าวคือ ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา และประสบปัญหาภาวะการขาดดุลการค้า และดุลชำระเงิน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาจะต้องพึ่งพิงประเทศที่พัฒนาแล้วในการนำเข้าสินค้าที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้ เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรและเทคโนโลยีต่างๆ อันเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ และสินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ประเทศกำลังพัฒนายังต้องพึ่งสถาบันการเงินระหว่างประเทศเพื่อกู้ยืมเงินมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่านับแสนล้านบาทต่อปี จึงช่วยลดดุลการค้าได้อย่างมา

3. การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้จากการจกเก็บภาษีของรัฐบาล กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต้องจ่ายภาษีต่างๆ เช่นเดียวกับคนอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และจะต้องจ่ายภาษีเมื่อซื้อสินค้าและบริการและภาษีทางอ้อมที่จะจ่ายอีก เช่น ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน ค่าภาษีศุลกากรค่าธรรมเนียมการประทับตราหนังสือเดินทาง และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ภาษี กรมสรรพากร ภาษี

หน่วยราชการส่วนท้องถิ่นจัดเก็บ ค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมโรงแรม ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายอาหาร สุราและเครื่องดื่ม เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ออกไปตามส่วนภูมิภาคของประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก ดังนั้นรายรับจากการท่องเที่ยวจึงกระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วทั้งระบบเศรษฐกิจ

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ประชาชนทั้งแรงงานทั่วไป (Unskilled) และแรงงานที่มีความชำนาญ (Skill) เพราะเป็นอุตสาหกรรมสัดส่วนของแรงงานสูงกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive Industry)

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตรา อย่างกว้างขวาง และกระตุ้นการผลิตและการลงทุนในอัตราสูง ด้วยค่าทวีทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier) เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เพราะนอกจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีผลโดยตรงต่อผู้จัดการที่พักและธุรกิจต่างๆ รวมทั้งสร้างงานอาชีพอีกมากมายแล้ว ผลทางอ้อมจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังทำให้รายได้ของแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ หมุนเวียนรับ-จ่าย ต่อไปอีกหลายรอบ จนกระทั่งถึงจุดสิ้นสุดของตัวเอง ยิ่งหมุนเวียนได้มากรอบเพียงใดก็ยิ่งทำให้มูลค่าของมันเพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น

7. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Boundary Industry) ไม่มีปัญหาเรื่องการผลิตและไม่มีกำหนดโควตาการจำหน่าย กล่าวคือ การผลิตไม่ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศหรือเครื่องมือเครื่องมือโดยเฉพาะเจาะจงเหมือนเช่นการผลิตในสาขาอื่นๆ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา แล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศ และขึ้นอยู่กับความสามารถของรัฐบาลแต่ละประเทศที่จะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน

เพราะฉะนั้น “การท่องเที่ยว” เป็นการเดินทางโดยมีกิจกรรมต่างๆ ประกอบไปด้วย เช่น การเดินทางไปทานอาหาร การเดินทางไปพักผ่อน การเดินทางไปศึกษา การเดินทางไปประชุม การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปเพื่อธุรกิจ การเดินทางไปซื้อสินค้า เป็นต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะไปเพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศสิ่งแวดล้อม หรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลนั้นๆ กำหนด

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 แนวคิดและความสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีความหมายใกล้เคียงกัน ดังนั้นการกำหนดนิยามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ดังนี้

กรณีศึกษา พิมพ์ศรี (2547: 13) การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่ง เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้ง ภายใน และภายนอก หรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ พฤติกรรมด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 10) ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การพูด การคิด ความรู้สึก ความสนใจ เป็นต้น

ศรี ฮามสุโพธิ์ (2543: 63) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นแง่ของสังคมวิทยา เพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากเกิดจากสาเหตุที่ต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ ธรรมเนียม วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์

นฤมล สมิตินันท์. (2527:38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตาม สถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วน หนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคม ยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง ภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมี ประสบการณ์แปลกๆใหม่ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรม สัญชาตญาณที่คล้ายกันบ้าง แตกต่างกันไปบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบาย พฤติกรรมในการเดินทางของมนุษย์สรุปได้ดังนี้

1. ความสตร้งการและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการ เปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับประชาชนโดยทั่วไป สังคมในูปแบบใหม่เต็มไปด้วย ความ รวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะ ความกดดันต่างๆซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด และหาความสดชื่น

2. เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสงสว่างอากาศบริสุทธิ์ แสงแดด ความอบอุ่นหรือ ไปตามคำแนะนำจากแพทย์

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้กรท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว นั้นเกิด จากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่ การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดูการแข่งขันกีฬา ทำ ให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆเพื่อเล่นกีฬาตาม

ฤดูหนาว นักดูกีฬา เดินทางไปยังที่ต่างๆเพื่อติดตามดูการแข่งขันเช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิส กำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการแข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน เป็นต้น

4. เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเห็นสิ่งอื่นใดคนเดินทางท่องเที่ยว เพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง อาทิเช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่ม การไปฟังดนตรี การไปชายหาด การไปต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีคนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินสนุกสนาน ดังนั้นนักจัดการการท่องเที่ยวต่างเห็นเรื่องนี้ มักจะเน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5. เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยว เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆเพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คน วัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละชาติ อาทิ เช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม คนตรี วรรณคดี ระบายพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่างๆของแต่ละท้องถิ่น

6. เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นมีเหตุผลต่างกันไป บางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพันๆกิโลเมตรเพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของการดำเนินชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้อะไรใหม่เพิ่มขึ้นมาเสมอ

7. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลและได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นำบ็ถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้ง

8. เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพมีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

McGregor (อ้างถึงใน สมยศ นาวิกา 2539: 131) กล่าวว่า ทฤษฎี X และทฤษฎี Y เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลในองค์การ ได้ศึกษา 2 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎี X กล่าวว่า

1.1 ผู้ปฏิบัติงานส่วนมากเกียจคราน ไม่ชอบทำงาน และพยายามหลีกเลี่ยง การทำงานทุกอย่างเท่าที่จะทำได้

1.2 วิธีการควบคุมผู้ปฏิบัติงานใช้วิธีรุนแรง การใช้อำนาจบังคับ หรือการขู่บังคับ การควบคุมการเข้มงวดเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์

1.3 ไม่มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความกระตือรือร้นน้อยแต่ต้องการความปลอดภัยมากกว่าลักษณะของบุคคลตามทฤษฎี X ซึ่งให้เห็นว่า โดยธรรมชาติแล้ว มนุษย์ไม่ชอบทำงาน พยายามหลีกเลี่ยงงานเมื่อมีโอกาส แต่ในขณะเดียวกันมนุษย์สนใจประโยชน์ส่วนตัวไปด้วย ดังนั้นผู้บริหารจะต้องพยายามกำหนดมาตรฐานในการควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชา อย่างไม่ลืมหูลืมตา โดยการโดยตรงการจูงใจจะเน้นค่าตอบแทนด้านรางวัลและผลประโยชน์อื่นๆ การใช้ระเบียบ หน้าที่ และคุกคามด้านการลงโทษที่ผู้บริหารจะเห็นว่าจุดสำคัญของการจูงใจ คือ การตอบสนองความต้องการของคนด้วยความต้องการขั้นพื้นฐาน เท่านั้น

2. ทฤษฎี Y กล่าวว่า

2.1 ผู้ปฏิบัติงานชอบที่จะทุ่มเทกำลังกายใจให้กับงาน และถือว่าการทำงาน เป็นการเล่นสนุกหรือการพักผ่อน ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะงานและลักษณะของการควบคุมงาน

2.2 ผู้ปฏิบัติงานกลุ่มนี้ไม่ชอบการขู่บังคับ ทุกคนปรารถนาที่จะเป็นของตัวเอง ชอบคำพูดที่เป็นมิตร และทำงานตามวัตถุประสงค์ที่เขามีส่วนผูกพัน

2.3 มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้น และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในสิ่งต่างๆ รวมทั้งยังแสวงหาความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นด้วย

ลักษณะของบุคคลตามทฤษฎี Y เป็นแนวความคิดที่คำนึงถึงจิตวิทยาของบุคคล อย่างลึกซึ้ง และเป็นการมองพฤติกรรมของบุคคลในองค์การจากสภาพความเป็นจริง โดยเชื่อว่า การมีสภาพแวดล้อม และการใช้แนวทางที่เหมาะสม จะทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเอง และเป้าหมายขององค์การ

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และสามารถนำมาประเมินการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องทราบสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และตัดสินใจเลือกใช้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.3.1 แนวคิดและความสำคัญของแรงจูงใจ

การให้คำจำกัดความหรือความหมายในเรื่องแรงจูงใจนั้น ไม่มีความหมายใดความหมายหนึ่งที่แน่นอนเป็นสากล ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักวิชาการต่างๆ มีมุมมองจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

เดิมศักดิ์ คทวณิช (อ้างใน พาสนา จุฬรัตน์ 2548: 194) สรุปความหมาย ของแรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการของการใช้ปัจจัยทั้งหลายที่จะทำให้บุคคลเกิดความต้องการ เพื่อสร้างแรงขับ และแรงจูงใจกระตุ้นร่างกายให้แสดงพฤติกรรมตามจุดหมายที่ได้วางไว้โดยปัจจัยดังกล่าวนั้น อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายนอกกับสิ่งเร้าภายในหรือทั้งสองประการก็ได้

สุภัททา ปิณฑะแพท (2542 : 62-63) กล่าวว่า เหตุจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมุ่งที่จะแสดงพฤติกรรมเกิดการเคลื่อนไหวของร่างกาย ให้ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

อารี พันธุ์ณี (2546 : 269) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง การนำปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจ มาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ ปัจจัยต่างๆ ที่นำมาอาจจะเป็นเครื่องล่อรางวัล การลงโทษ การทำให้เกิดการตื่นตัวรวมทั้งทำให้เกิดความคาดหวัง เป็นต้น

ศรัณย์ คำริสุข (2547) ได้สรุปความหมายของแรงจูงใจไว้ 3 ประการคือ

1. ให้พลังพฤติกรรม พลังที่ให้แก่พฤติกรรมได้มาจากแหล่งภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย ซึ่งเกิดจากความต้องการทางสรีรวิทยา ทำให้เกิดแรงขับเพื่อให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมเพื่อเสาะแสวงหาอาหาร หรือนำมาบำบัดความหิว หรือกระหายนั้น อีกประการหนึ่ง พลังที่ให้พฤติกรรมอาจได้มาจากแหล่งภายนอก เช่น ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม ทำให้เกิดพลังแก่บุคคลที่จะมีพฤติกรรมมุ่งไปสู่ความสำเร็จ

2. กำหนดทิศทางของพฤติกรรม พฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจย่อมมีทิศทาง เช่น เมื่อหิวก็มีพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่การแสวงหาอาหาร ต้องการให้สังคมยอมรับ พฤติกรรมมุ่งไปสู่การเรียนรู้ เป็นต้น

3. พฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย (Goal) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นของอินทรีย์มี 2 ชนิด คือ พฤติกรรมธรรมชาติสามัญ เช่น กระพริบตา การยกมือ เป็นพฤติกรรมที่ไม่มีเป้าหมาย ส่วนพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่อินทรีย์ หรือบุคคลได้มีความตั้งใจที่จะบรรลุเป้าหมายทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจหมายถึง พลัง หรือแรงผลักดันที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลเกิดมีความต้องการในการกระทำ หรือแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สนิมรดกทางธรรมชาติและสนิมรดกที่คนสร้างขึ้นก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบ พื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (Mill, 1990 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541: 12-13)

1. สิ่งดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ความสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการคือ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538: 38-44)

1.1.1 สถานที่ที่น่าสนใจ (place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

1.1.2 เหตุการณ์ที่น่าสนใจ (event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี ซึ่งในงานจะมีการแสดงแสง สี เสียงประกอบละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงานขนมหวานเมืองเพชร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้นๆอาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชนจารีตประเพณี

1.3 ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมชมญาติและเพื่อน คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินเดิมของตน

1.4 แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงมิใช่ หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541: 14)

2.1 ที่พักเป็นที่สำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติ หรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งต้องการที่พักลักษณะอื่น ๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานี่นันทนาการ

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวก

สะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบสื่อสารการคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

3. การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4. การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในการกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสม นอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้วโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมานี้ จึงอาจสรุปได้ว่า แรงจูงใจ (Motive) หมายถึงวิธีการกระตุ้นหรือการปลุกเร้าให้คนมีกำลังที่จะทำงานให้สำเร็จ โดยมีความต้องการ (Wants) ที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยการนำเอาปัจจัยต่างๆที่จำมนั้นอาจจะป็นรางวัล โบนัส ตำแหน่ง และการลงโทษ ซึ่งเป็นการทำให้เกิดการตื่นตัว อีกทั้งการทำให้เกิดความคาดหวัง ดังนั้น การศึกษาแรงจูงใจในครั้งนี้จึงมีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนทั้งสองแหล่งเพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว

2.3.2 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้

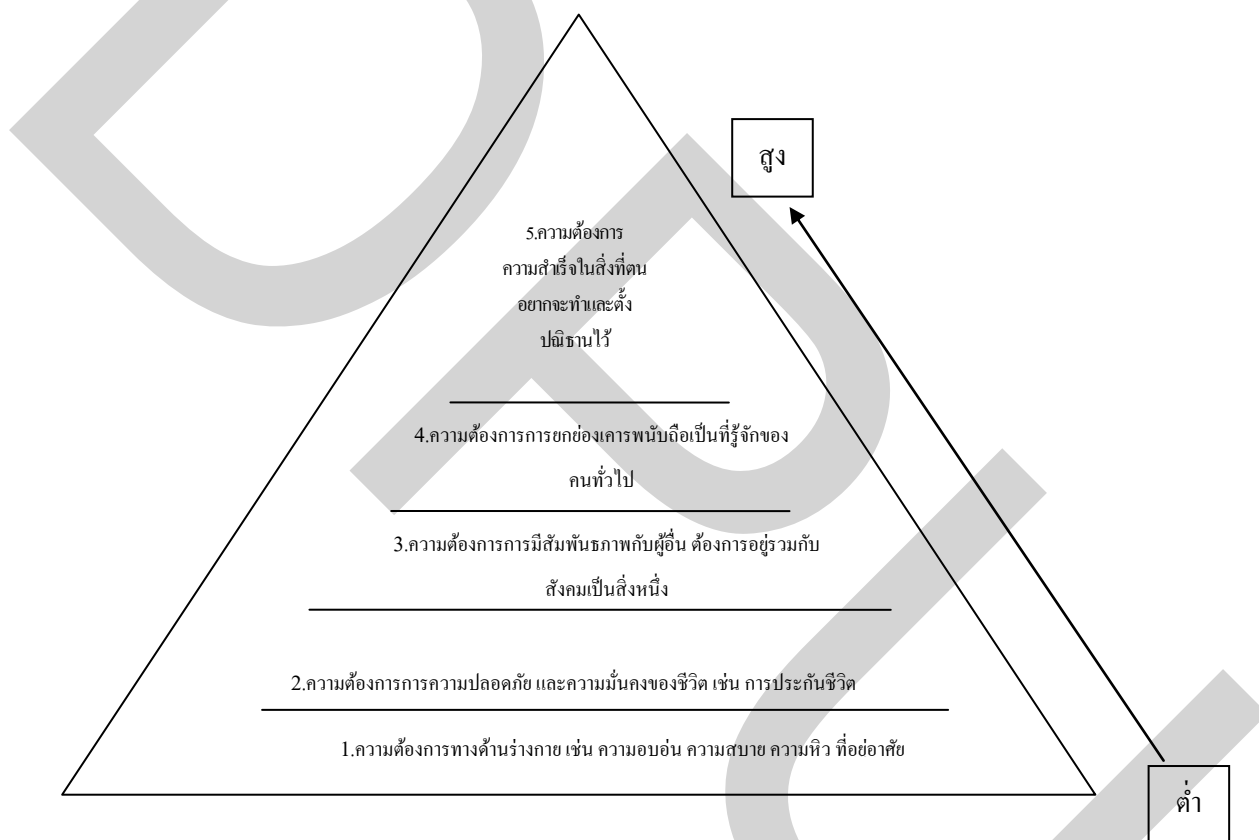
1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่เป็นต่อร่างกายและการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จากการบริโภคและการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาที่จะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ

3. ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging / Social needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะ และสังคม ต้องการให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำเร็จของตน

4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ มีความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี มีความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรูหราเป็นที่รู้จักและได้รับการยกย่องยอมรับ การนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยการใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่



ภาพที่ 2.1 แสดงลำดับความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ ที่มา: อ่ำไพรรณ รัตนปณี (2550: 13)

จากทฤษฎีความต้องการของ Maslow ดังกล่าว ได้กำหนดลักษณะของสิ่งทีกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ออกเป็น 7 ประการ คือ (Damm, 1981)

1. การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทดแทนความต้องการที่ขาดหายไป
2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว
3. ภาพลักษณ์ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้น
4. ข้อมูลข่าวสาร สื่อประเภทต่างๆเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว

6. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

7. สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและกำหนดรูปแบบด้วยตัวของมันเอง

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้ตอบสนองความต้องการ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมือนกันอาจตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันก็ได้ซึ่งแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวก็เป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวตามที่ใจปรารถนา ได้กล่าวถึงองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ในการแสดงพฤติกรรมดังกล่าว คือ (สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ, 2545)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยังใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปได้

2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการการระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการไปท่องเที่ยวลดน้อยลงไป เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม เป็นต้น

3. สิ่งกีดขวาง หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกมองภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2.3.3 กระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งที่สำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไรและคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ (สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ, 2545: 73-76)

ปัจจัยดึง (pull factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปต่าง ๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ค้ำค้ำเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการเงินสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก

2. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler Fedler ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากประเทศของตนสามารถดึงดูดให้คนเดินทางได้และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากของตน

เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงจำเป็นปัจจัยดั่งที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน

3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดที่ทำให้สังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนเองได้

4. ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกั้น หรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารการคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้นนอกจากนี้ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

6. มีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมและการตัดสินใจของคน เนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าว่าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยผลักดัน (push factor) หมายถึงความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางซึ่ง มาสโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องของปัจจัยผลักดันไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงจำเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย

2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยมั่นคง

3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้นๆ

4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน

5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล

ดังนั้น กระบวนการมุ่งใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

2.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีเหตุผลที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน (Swarbrooke and Horner, 1998 : 58) ในปี 1996 Kanok และคณะ ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้สรุปว่า สิ่งที่ทำให้แรงจูงใจของแต่ละคนแตกต่างกันคือ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ และสถานภาพการสมรส ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. อายุ (Age)

อายุเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว นักการตลาดมีความเชื่อว่า คนในแต่ละกลุ่มอายุมักจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ จะมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โรงแรม หรือ การได้พักผ่อน จากการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญ (Burke and Resnick, 1991 : 36)

2. เพศ (Sex)

ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำ ปัจจัยด้านเพศมาเป็นเกณฑ์การกำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้สินค้าทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น ผู้ชายชอบตีกอล์ฟ ในขณะที่ผู้หญิงชอบที่จะช้อปปิ้ง จากผลการวิจัย ของ Ryan (อ้างใน Swarbrooke and Horner, 1999 : 59) พบว่า เพศหญิงมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่าเพศชาย 3 ปัจจัยหลัก คือ

1. ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน (Escape)
2. ความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย (Physical Relaxation)

3. ความต้องการพักผ่อนทางอารมณ์ (Emotional Relaxation)

จากการวิจัยของนิตยสาร Sports Mustarded เรื่อง Role of the Husband and Wife in Air Travel Excursions (อ้างใน เลิศพร ภาระสกุล 2540: 38) พบว่า สามีเป็นคนที่เริ่มความคิดว่าทั้งคู่ (สามีและภรรยา) ควรจะเดินทางโดยภรรยาจะเห็นชอบด้วยทันทีใน 60 เปอร์เซ็นต์ของการเดินทาง ส่วนการตัดสินใจว่าจะไปไหนปรากฏว่าเป็นการตัดสินใจร่วมกัน ในการเดินทางเพื่อความสุขสนุกสนาน เพลิดเพลิน 73 เปอร์เซ็นต์ ของการเดินทาง สามีระบุว่าทางเลือกจุดหมายปลายทางเป็นการตัดสินใจร่วมกัน 17 เปอร์เซ็นต์ เป็นการตัดสินใจของสามีโดยภรรยาเป็นฝ่ายเห็นชอบ อีก 9 เปอร์เซ็นต์ เป็นการเลือกของภรรยาโดยมีสามีเป็นฝ่ายเห็นชอบ ส่วนการเลือกสายการบิน เพศชายเป็นผู้เลือกเสียเป็นส่วนใหญ่ จากผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงมีความสำคัญมากขึ้นต่อตลาดการท่องเที่ยว

สตรีที่ทำงานนอกบ้านได้ช่วยเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวโดยทำให้มีรายได้ส่วนเกินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว หญิงที่ทำงานนอกบ้านที่ยังเป็น โสด หรือภรรยาที่ทำงานนอกบ้านที่ยังไม่มีบุตร หรือมีบุตรที่โตแล้ว จึงเป็นลูกค้าที่ดีของตลาดการท่องเที่ยวมากกว่า เพศชายที่ทำงานนอกบ้านแต่มีภาระทางครอบครัว

3. การศึกษา (Education)

การศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง คนที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดเพียงแค่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และคนที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลายจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดเพียงแค่มัธยมศึกษาตอนต้น (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 40)

ระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงส่วนมาก ต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น การไปเที่ยวแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม ซึ่งตรงกันข้ามกับคนที่มีควมรู้้น้อยส่วนมาก มักจะมองว่าการท่องเที่ยวเป็น โอกาสที่จะให้พวกเขาได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน (Swarbrooks and Homer, 1999 : 58)

4. สถานภาพ (Status)

สถานภาพทางครอบครัว เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อ การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผู้ที่หย่าร้าง หรือ ผู้ที่อยู่เป็น โสด ย่อมมีลักษณะที่เอื้ออำนวยให้การเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าผู้ที่แต่งงาน หรือ ผู้ที่มีพันธะทางครอบครัว นอกจากนี้ผู้ที่หย่าร้าง หรือ ผู้ที่อยู่เป็น โสด มักจะตัดสินใจได้ง่าย และรวดเร็ว กว่าผู้ที่แต่งงาน หรือ ผู้ที่มีครอบครัว

จากความหมายของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง แรงขับเคลื่อนภายในส่วนบุคคลที่มีพฤติกรรมให้เกิดการกระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อเติมเต็มความต้องการทางด้านชีววิทยา และจิตวิทยา”

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ผู้วิจัยพบว่า แรงจูงใจ (แรงผลักดันและแรงดึงดูด) ที่จะเกิดขึ้นได้นั้นมีปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้คือ

1. มีสิ่งดึงดูดต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูมิอากาศ วัฒนธรรม
2. คำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการต่างๆ
3. การเดินทางนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คำนึงถึงถึงความสะดวก ความปลอดภัย และการประหยัดเวลาในการเดินทาง
4. การสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐบาล ที่มีการกำหนดนโยบาย การทำโปรแกรมทางการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาเที่ยวในเมืองไทยให้มากขึ้น
5. นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวบางคนต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ และต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ดังนั้น การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ผู้วิจัยต้องศึกษาว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อแรงจูงใจซึ่งมนุษย์เองก็มีความต้องการการตอบสนองมากมาย และแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจจะสามารถทำให้ผู้ศึกษาทราบได้ว่าอะไรคือปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด

2.3.5 ประเภทของแรงจูงใจ

ดาร์รงค์ค์ ชัยสนิท และประสาน หอมบุล (2535: 69-70) กล่าวว่า ถ้าแบ่งประเภทของแรงจูงใจตามที่มา สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

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

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นทีหลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับในสังคม เป็นต้น

นอกจากนี้หากแบ่งตามเหตุผลของเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motive) หมายถึง การที่บุคคลมองเห็นคุณค่าที่จะทำด้วยความเต็มใจ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motive) หมายถึง การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมเพราะต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่นำมาไว้ภายนอก เช่น รางวัล เกรด เป็นต้น แรงจูงใจภายในมีคุณค่าดีกว่าแรงจูงใจภายนอก แต่แรงจูงใจภายในปลูกฝังให้เกิดขึ้นกับบุคคลได้ยากกว่า

พิบูลย์ ทีปะปาล (2545: 15-20) แรงจูงใจหมายถึงสภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้นผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง สิ่งจูงใจที่เป็นจุดเริ่มต้นผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วย แรงขับ แรงกระตุ้น ความปรารถนา หรือความต้องการ

องค์ประกอบของแรงจูงใจ ประกอบด้วยภาวะที่มีแรงจูงใจ

1. พฤติกรรมที่ถูกเร้าด้วยเหตุแรงจูงใจ

2. ภาวะที่เกิดความสมปรารถนา

แรงจูงใจที่เป็นความต้องการนี้อาจเกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้ กล่าวคือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคลเอง มีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความคาดหวัง ทัศนคติ ความพึงพอใจ การมองเห็นคุณค่า

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกบุคคล มีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่ทำให้บุคคลเกิดการเปิดรับสื่อ เช่น ชอบในรูปแบบของนิตยสาร ต้องการร่วมสนุกในการชิงรางวัลของนิตยสาร เป็นต้น

พรรณทิพย์ กาลชยานันท์ (2543: 3) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

1. ความต้องการ (Want) คำอธิบายความต้องการที่สำคัญที่สุด คือ ความไม่พอเพียง (deficiency) หากมองในภาวะสมดุลของมนุษย์ (homeostatic sense) ความต้องการเกิดขึ้นเมื่อเกิดการไม่สมดุลทางด้านร่างกายหรือจิตใจ

2. แรงขับ (Drive) แรงขับจะถูกสร้างขึ้นเพื่อบรรเทาความต้องการ ให้ลดน้อยลงซึ่งอาจให้ความหมายของแรงขับง่ายๆ ว่าเป็นการไม่พอเพียงกับทิศทาง (Deficiency with direction)

3. เป้าหมาย (Goals) จุดสุดท้ายของวงจรการจูงใจ คือ เป้าหมายที่ใช้ในการจูงใจหมายถึง สิ่งหนึ่งที่จะเป็นอะไรก็ได้ที่บรรเทาความต้องการ และลดแรงขับให้น้อยลงได้ ดังนั้น การได้รับเป้าหมายอันหนึ่งจะหมายความถึงการทำให้สภาพทางด้านร่างกายหรือจิตใจฟื้นฟูสภาพที่มีความสมดุล และจะลดลงหรือขจัดแรงขับหมดไป แรงจูงใจจึงเป็นส่วนสำคัญในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้สนใจศึกษาและจำแนกประเภทของแรงจูงใจไว้หลายแบบ เช่น แบ่งตาม

นักจิตวิทยา ซึ่งเหตุผลตามการแสดงพฤติกรรมก็จะแบ่งแรงจูงใจเป็น 2 ประเภท คือแรงจูงใจภายใน ที่หมายถึงการที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำด้วยความเต็มใจ โดยถือว่า การบรรลุผลสำเร็จในกิจกรรมนั้นเป็นรางวัลอยู่แล้วในตัว และแรงจูงใจภายนอก หมายถึงการกระทำกิจกรรมใดที่เกิดจากการมุ่งหวังผลจากสิ่งอื่นที่อยู่นอกเหนือกิจกรรมนั้น ไม่ได้กระทำเพื่อความสำเร็จในสิ่งนั้นเลย

ดังนั้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นเหตุผลหรือสิ่งที่กระตุ้นให้คนเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการ โดยแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม สิ่งกระตุ้นนี้อาจจะเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกของบุคคลแต่ละคนก็เป็นได้ จึงเป็นเหตุผลที่ต้องนำมาศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4.1 แนวคิดและความสำคัญของความพึงพอใจ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า การประเมินสินค้าหรือบริการนั้นๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่ตั้งความหวังไว้ ลูกค้าจะมีความพึงพอใจ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับความรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าลูกค้าพึงพอใจแต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ

Shelly (1975) ได้กล่าวไว้ว่า ความพอใจเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข เห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความทุกข์และความกังวล

Kotler (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้หรือได้รับสินค้า หรือบริการนั้นๆ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2540) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจไว้ว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร หรือสิ่งเร้าการวิเคราะห์

ระบบความพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสมสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอย่างหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถศึกษาได้อย่างชัดเจน เมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (Response) และปฏิกิริยา (Reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคม จิตวิทยาและพฤติกรรม (Social-psychological and behavioral response) ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

1. ลักษณะของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ
3. การรับรู้ของบุคคล
4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคล
5. ความพอใจในสภาพแวดล้อม
6. พฤติกรรมของบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม

ปัจจัย 2 กลุ่มแรก เป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่างๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบวงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่ม หลังเป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบ การที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใดๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้น การประเมินผลความพอใจในกายภาพของบุคคลมาจากการรับรู้ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลก็เกิดจากการรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2539 : 24-37) ซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เป็นเช่นเดียวกันบุคคลรับรู้

หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกรับของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากการโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงที่ผู้ให้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะได้รับบริการ หรือคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ใช้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับการคาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยก็ได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

2.4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

ดนัย เทียนพุฒ (2543:26) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจ ใน 4 ด้าน ดังนี้

1. เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ
2. สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก
3. เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า
4. มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

2.4.3 การวัดความพึงพอใจ

สมยศ นาวิการ (2536) อธิบายถึง การวัดความพึงพอใจว่า สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านที่ต่าง ๆ กัน

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกจากการพูด กิริยา ท่าทาง ซึ่งวิธีนี้ต้องอาศัยการสังเกตอย่างจริงจังและมีระเบียบแบบแผน

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2548) ได้สรุปว่า แบบวัดความพึงพอใจหรือที่เรียกว่า แบบวัดเจตคติ นั้น เป็นชุดของข้อคำถามด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งมีการกำหนดระดับของคำตอบไว้เป็นช่วงๆ (interval) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งเจตคติจะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เป็นความรู้หรือความเชื่อ (Cognitive or belief Component) ซึ่งเป็นการรับรู้หรือความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งเร้า

2. ส่วนที่เป็นความรู้สึกหรือการประเมิน (Feeling or evaluating Component) ซึ่งเป็นกริยาท่าทีที่แสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งเร้านั้น

3. ส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งเป็นความโน้มเอียงที่จะกระทำหรือจะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งเร้านั้น

ฉะนั้นการวัดเจตคติจึงต้องวัดทั้ง 3 องค์ประกอบของเจตคติและต้องวัดเป็นภาพรวม ๆ โดยพิจารณากริยาท่าทีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในหลายด้าน หลายประการรวมกัน มิใช่วัดจากการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างเดียว นอกจากนั้นการวัดเจตคติต้องบ่งบอกทั้งปริมาณความมากน้อยของเจตคติที่มีต่อสิ่งเร้าและทิศทางที่บอกว่ามีเจตคติไปในทางบวกหรือทางลบด้วย

ดังนั้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนี้อาจทำให้เกิดความชอบหรือไม่ชอบก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของบุคคลหรือนักท่องเที่ยวต่างๆ ว่าตั้งเป้าหมายไว้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นคุณภาพในการบริการ สินค้า ราคา ปัจจัยภายนอกและปัจจัยส่วนบุคคล จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนในจังหวัดระนอง

2.5 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดระนอง

2.5.1 ที่ตั้งและสภาพทางภูมิศาสตร์

ระนองเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน ประมาณกิโลเมตรที่ 545 ของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 จังหวัดระนองมีเนื้อที่ประมาณ 3,298 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,141,250 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 59 ของประเทศมีรูปร่างเรียวยาวและแคบ โดยมีส่วนที่ยาวที่สุดวัดใน

แนวเหนือ-ใต้ประมาณ 169 กิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดวัดในแนวตะวันออก-ตะวันตก 44 กิโลเมตร และส่วนที่แคบที่สุดของจังหวัดในท้องที่อำเภอกระบุรี มีความกว้างเพียง 9 กิโลเมตร

แต่เดิมเมืองระนองหรือเมืองแร่นอง เป็นดินแดนส่วนหนึ่งของอาณาจักรศรีวิชัย ซึ่งเจริญรุ่งเรืองอยู่ทางตอนใต้ของภูมิภาค มีสภาพเป็นป่าทึบ ไม่มีผู้คนอาศัย จนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา เมืองระนองยังคงเป็นเพียงหัวเมืองขนาดเล็กที่ขึ้นอยู่กับเมืองชุมพร ซึ่งเป็นหัวเมืองชั้นตรี มีอาณาเขตครอบคลุมตั้งแต่พื้นที่ชายฝั่งตะวันออกจรดฝั่งตะวันตก จนกระทั่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้โปรดเกล้าฯ ยกฐานะเมืองระนองให้เป็นเมืองจัตวาขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานคร

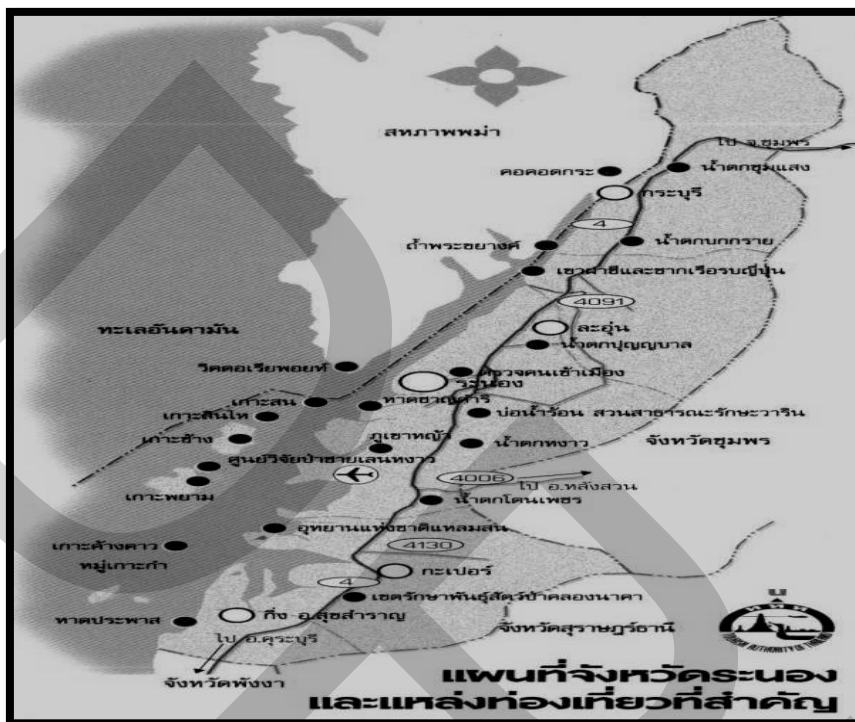
ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ระนองมีฐานะเป็นหัวเมืองอิสระ และต่อมาได้รับการยกฐานะเป็นจังหวัด และได้มีการยุบ “เมืองตระ” ที่อยู่ภายใต้การปกครองของเมืองชุมพรมาพร้อมๆ กับระนองแล้วเปลี่ยนฐานะเป็นอำเภอ เรียกว่าอำเภอกระบุรี ขึ้นกับจังหวัดระนองตั้งแต่นั้นมา

ระนองในอดีตนั้นมีความสำคัญในฐานะที่เป็นเมืองคินุก เมืองชายแดน เมืองคอคอดกระและเมืองเสด็จประทับแรม และต่อมาเมื่อมีการตัดถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านมายังจังหวัดระนอง เมืองระนองจึงได้พัฒนาจนมีความสำคัญในฐานะเมืองท่องเที่ยวมากขึ้นนับแต่นั้นมา

2.5.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดกับ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร
ทิศตะวันออก	ติดกับ อำเภอเมือง อำเภอสวี และอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร และจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ทิศตะวันตก	ติดกับ ทะเลอันดามัน และประเทศรัฐสังคมนิยมแห่ง สหภาพพม่า
ทิศใต้	ติดกับ อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

2.5.3 แสดงแผนที่แสดงที่ตั้งและอาณาเขต



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงแผนที่สถานที่ตั้งและอาณาเขตระนอง

ที่มา <http://www.ranongweb.com/map.html>, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ.2555

2.5.4 ภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของระนอง ประกอบด้วยทิวเขา หุบเขาสลับซับซ้อน ทางทิศตะวันออกของจังหวัดพื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอันดามันทางทิศตะวันตก ภูเขาสูงสุด คือ ภูเขาพ่อตา โขงโดง สูง 1,700 ฟุต นอกจากนี้ยังมีที่ราบแคบๆ ระหว่างแนวภูเขากับชายฝั่งทะเล ทำให้ก่อให้เกิดลำน้ำสายสั้นๆ หลายสาย ได้แก่

แม่น้ำกระบุรี เป็นแม่น้ำสายสำคัญกั้นพรมแดนไทย-พม่า ต้นน้ำเกิดจากเขาน้ำตุ่นและเขาจอมแห ทางทิศเหนือไหลลงทะเลอันดามัน ยาวประมาณ 95 กิโลเมตร

คลองลำเลียง ต้นน้ำเกิดจากเขาบางใหญ่และเขาแดน ทางทิศเหนือไหลลงสู่แม่น้ำกระบุรี ที่บ้านนาน้อย ยาวประมาณ 30 กิโลเมตร

คลองวัน ต้นน้ำเกิดจากเขาหินลุ ทางทิศเหนือของจังหวัดไหลงสู่แม่น้ำกระบรีที่บ้านทับหลี ยาวประมาณ 20 กิโลเมตร

คลองกระบรี ต้นน้ำเกิดจากเขาฝักแวน เขตชุมพร-ระนอง แม่น้ำกระบรี ผ่านอำเภอกระบรี ยาวประมาณ 20 กิโลเมตร

คลองละอูน ต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาห้วยเสียด และเขาหินด่านทางทิศตะวันออกไหลงสู่แม่น้ำกระบรีที่บ้านเขาฝาศิ ยาวประมาณ 35 กิโลเมตร

คลองหาดส้มแป้น ต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาจอมแหลม และเขานมสาวไหลงสู่ทะเลอันดามันที่บ้านเกาะกลาง ยาวประมาณ 19 กิโลเมตร

คลองกะเปอร์ ต้นน้ำเกิดจากเขาชายหม่อน ไหลงสู่ทะเลอันดามันที่บ้านบางลำพู ยาวประมาณ 32 กิโลเมตร

คลองกำพวน ต้นน้ำเกิดจากเขาพระหมี ไหลงสู่ทะเลอันดามันที่บ้านกำพวน ยาวประมาณ 19 กิโลเมตร

2.5.5 ภูมิอากาศ

จังหวัดระนองได้ชื่อว่าเป็นเมือง “ฝนแปด แดดสี่” นั่นคือจะมีฝนตกมากถึงปีละ 8 เดือน นับว่าเป็นจังหวัดที่ฝนตกชุกมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากอยู่ติดกับทะเลอันดามัน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จากมหาสมุทรอินเดียช่วงเดือนพฤษภาคม-เดือนตุลาคม และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออ่าวไทยช่วงเดือนพฤษภาคม-เดือน ช่วงฤดูฝนจะมีฝนตกชุกระหว่างเดือน พฤษภาคม-ธันวาคม ถึงแม้จะมีฝนตกยาวนาน 8 เดือน จังหวัดระนองก็มี 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคม-เดือนธันวาคม ฤดูร้อนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน และฤดูหนาวในเดือนมกราคม ซึ่งช่วงที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง คือ ในช่วงฤดูร้อนระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน

2.5.6 หน่วยการปกครอง

จังหวัดระนองจัดรูปแบบปกครองและการบริหารราชการเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การบริหารราชการส่วนภูมิภาค แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับจังหวัด ประกอบด้วยส่วนราชการประจำจังหวัด จำนวน 31 หน่วยงาน และระดับอำเภอ ประกอบด้วย 4 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองระนอง อำเภอกระเปอร์ อำเภอละอูน อำเภอกระบรี และกิ่งอำเภอสุขสำราญ

2. การบริหารราชการส่วนกลาง ประกอบด้วย ส่วนราชการสังกัดส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมาตั้งหน่วยงานในจังหวัด ประกอบด้วย หน่วยงานสังกัดส่วนกลางจำนวน 41 หน่วยงานและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 หน่วยงาน หน่วยงานอิสระ 9 หน่วยงาน

3. การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลตำบล 5 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 26 แห่ง สภาตำบล 3 แห่ง

2.5.7 ศาสนา

ชาวจังหวัดระนองส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คือ ประมาณร้อยละ 82.17 รองลงมานับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 15.74 ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอเกาะเปอร์ กิ่งอำเภอสุขสำราญ และบางหมู่บ้านในเขตอำเภอเมืองระนอง และศาสนาคริสต์ร้อยละ 0.5

2.5.8 ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและการละเล่นพื้นเมือง

ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและการละเล่นพื้นเมืองประจำจังหวัดระนองที่นิยมปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน มีดังนี้

1. ประเพณีงานเทศกาลกาหยู กาหยูมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า มะม่วงหิมพานต์ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ขึ้นชื่อของจังหวัดระนอง ภายในงานมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากมะม่วงหิมพานต์ และสินค้าพื้นเมืองของชาวจังหวัดระนอง กำหนดวันจัดงานเดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายนของทุกปี

2. ประเพณีงานเสด็จพระเจ้ากรุงศรีอยุธยา กำหนดจัดตั้งแต่วันแรม 1 ค่ำ เดือน 1 ถึงวันแรม 3 ค่ำ เดือน 11 โดยมีกิจการแข่งเรือพระ การแข่งเรือพายจะมีการนำเรือพระมาตกแต่งให้สวยงาม โดยเฉพาะส่วนที่เรียกว่า “พนมพระ” จะอัญเชิญพระพุทธรูปประดิษฐานในเรือ แล้วนำไปแห่ตามลำน้ำกระบุรี

3. ประเพณีงานปิดทองพระถ้ำพระขยงค์ จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีนประมาณเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

4. ประเพณีงานศาลหลักเมือง โดยจังหวัดระนองร่วมกับเทศบาลเมืองระนอง (โดยมีพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร เสด็จเป็นประกอบในพิธีประดิษฐานเสาหลักเมือง) ในทุกๆ ปี จะมาจัดงานศาลหลักเมืองขึ้น เพื่อสักการบูชาศาลหลักเมือง กำหนดให้จัดงานในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

5. ประเพณีงานตักบาตรเทโว เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดระนองจะใช้พระสงฆ์ สามเณร เฉพาะที่วัดร่วมตักบาตร มีนักเรียน นักศึกษา แต่งตัวเป็นนางฟ้าทหาร ตำรวจ แต่งตัวเป็นเทวดามาร่วมมหาบุษบกที่ประทับรูปเหมือนของพระพุทธเจ้าปางอุ้มบาตร พระสงฆ์ สามเณรจะลงมาจากภูเขาหญ้า ออกรับบิณฑบาต โปรดญาติโยมบริเวณเชิงภูเขาหญ้า บริเวณวัดบ้านหงาวและมีประชาชนจำนวนมากรอใส่บาตร หลังจากพระฉันเพลแล้วจะมีการฟังเทศน์ฟังธรรมได้กำหนดจัดงาน วันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี

6. งานแร่นอง ทะเลทองอันดามันกำหนดจัดประมาณเดือนธันวาคมของทุกปี

2.5.9 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

บ่อน้ำร้อน-สวนสาธารณะรักษะวาริน

ในปี พ.ศ. 2433 พระบาทสมเด็จพระเจ้าจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เสด็จประพาสเมืองระนอง ได้พระราชทานชื่อถนนที่จะไปยังบ่อน้ำร้อนว่า “ถนนชลระอุ” บ่อน้ำร้อนซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาตินี้มีอยู่ 3 บ่อ คือ บ่อพ่อ บ่อแม่และบ่อลูก ทั้ง 3 บ่อมีอุณหภูมิสูงประมาณ 65 องศาเซลเซียส สามารถใช้ต้มและอาบได้ มีประโยชน์ต่อร่างกายในแง่การบำบัดรักษาสุขภาพ นอกจากนี้ยังถือเป็นน้ำบ่อบริสุทธิ์จึงเป็นแหล่งหนึ่งที่น่าไปผ่านพิธีพุทธาภิเษกทำน้ำศักดิ์สิทธิ์เพื่อใช้เป็นน้ำพระพุทธรณ์ในพระราชพิธีฉลองพระชนมพรรษา ครบ 5 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนั้นบริเวณใกล้ ๆ บ่อน้ำร้อนได้จัดเป็นสวนสาธารณะรักษะวาริน มีศาลาที่พักและห้องอาบน้ำร้อนไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว

บ่อน้ำร้อนรักษะวารินตั้งอยู่ห่างจากเขตเทศบาลเมืองระนองไปตามเส้นทางหลวงหมายเลข 4005 ห่างจากศาลากลางจังหวัดไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 2 กิโลเมตร แหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้เกิดในลักษณะภูมิประเทศซึ่งเป็นที่ราบหุบเขาริมคลองหาดส้มแป้นมีระดับความสูงประมาณ 50 เมตร เนื้อระดับน้ำทะเลปานกลาง มีลักษณะธรณีวิทยาที่สำคัญ ได้แก่ หินแม่ (Country Rock) ประกอบด้วยหินแกรนิตยุคครีเทเชียส ซึ่งได้แก่หมวดหินแกรนิต คลองบางรีน ที่เป็นหินไบโอไทต์มีสโคไวต์แกรนิต เนื้อดอก เนื้อหยาบปานกลาง ลักษณะธรณีวิทยาโครงสร้างที่สำคัญ ได้แก่ รอยเลื่อน และรอยแยกหรือรอยแตก ซึ่งเป็นช่องทางให้น้ำร้อนจากใต้ดินไหลซึมขึ้นมาสู่ผิวโลกมีสองแนวตัดกัน ได้แก่ แนวรอยเลื่อนกันตะวันออก-ตะวันตกตามลำน้ำของคลองหาดส้มแป้น และในแนวเกือบเหนือใต้ บ่อน้ำแร่แห่งนี้มีอยู่ 3 บ่อ คือ



ภาพที่ 2.3 ภาพบ่อน้ำร้อน-สวนสาธารณะรักษะวาริน ที่มา <http://www.ranongvariety.com>

บ่อพ่อ

บ่อพ่อ เป็นบ่อปูนซีเมนต์ที่มีขนาดใหญ่ ในบรรดาบ่อน้ำร้อนทั้งสามบ่อมีลักษณะเป็นบ่อวงกลม เส้นผ่าศูนย์กลางของบ่อ ขนาด 2.80 เมตร สูงจากผิวดิน 0.80 เมตร ลักษณะของน้ำร้อนในบ่อมีลักษณะใส มีฟองก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ที่ผุดขึ้นมาจากก้นบ่อสู่ผิวน้ำค่อนข้างน้อย ไม่มีกลิ่นกำมะถัน (H₂S) ไม่มีสาหร่าย (algae) น้ำร้อนจะไหลล้นออกนอกบ่อตลอดเวลา ทำให้บริเวณบางส่วนของปากบ่อและผนังบ่อน้ำด้านบนเกิดการสะสมตัวของแร่แคลไซต์ (calcite) ซึ่งเป็นแร่ที่มีขนาดผลึกละเอียดมาก แร่ชนิดนี้เป็นแร่อัลเทอร์เรชัน (alteration minerals) ที่สำคัญชนิดหนึ่ง อุณหภูมิของน้ำร้อนวัดได้ 65 องศาเซลเซียส ค่าความเป็นกรดต่าง (pH) วัดได้ประมาณ 8 อัตราการไหลของน้ำร้อน (flow rate) ที่บ่อพ่อวัดได้ประมาณ 3.5 ลิตร/วินาที หรือประมาณ 12.6 ลูกบาศก์เมตร/ชั่วโมง แสดงลักษณะของบ่อน้ำพุร้อน (บ่อพ่อ) รายละเอียดด้วยสวนหย่อมและพุ่มไม้

บ่อแม่

เป็นบ่อปูนซีเมนต์เช่นเดียวกับบ่อพ่อ แต่มีขนาดเล็กกว่า โดยมีเส้นผ่าศูนย์กลางของบ่อขนาด 1.50 เมตร และสูงจากผิวดิน 0.85 เมตรลักษณะของบ่อน้ำพุร้อน (บ่อแม่) น้ำร้อนในบ่อมีลักษณะใส มีฟองก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ผุดขึ้นมาเป็นจังหวะ ๆ และมีปริมาณมากกว่าบ่อพ่อ ไม่มีกลิ่นกำมะถัน ไม่มีสาหร่าย อุณหภูมิของน้ำร้อน วัดได้ 65 องศาเซลเซียส ค่าความเป็นกรดต่างวัดได้ประมาณ 8 มีแร่อัลเทอร์เรชันเคลือบเล็กน้อยที่ด้านในของผนังบ่อ ระดับของน้ำร้อนอยู่ต่ำกว่าปากบ่อลงไป 0.48 เมตร ไม่สามารถวัดอัตราการไหลของน้ำร้อนได้

บ่อลูกสาว

เป็นบ่อปูนซีเมนต์เช่นเดียวกัน มีเส้นผ่าศูนย์กลางของบ่อขนาด 2.00 เมตร และสูงจากผิวดิน 0.90 เมตร ลักษณะของบ่อน้ำพุร้อน (บ่อลูกสาว) น้ำร้อนในบ่อมีลักษณะใส มีฟองก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ผุดขึ้นมาซึ่งผิวน้ำมากกว่าสองบ่อแรกไม่มีกลิ่นกำมะถัน ไม่มีสาหร่าย อุณหภูมิของน้ำร้อน วัดได้ 65 องศาเซลเซียส ค่าความเป็นกรดต่างวัดได้ประมาณ 8 มีแร่อัลเทอร์เรชันเคลือบเล็กน้อยที่ด้านในของผนังบ่อ เช่นเดียวกับบ่อแม่ ระดับน้ำร้อนอยู่ต่ำกว่าปากบ่อลงไป 0.1 เมตร ไม่สามารถวัดอัตราการไหลของน้ำร้อนได้

บ่อน้ำร้อนพรรั้ง

บ่อน้ำร้อนพรรั้งตั้งอยู่ที่ ตำบลบางริน อำเภอมืองระนอง จังหวัดระนอง เกิดในบริเวณที่เป็นหุบเขา ห่างจากแหล่งน้ำแร่ร้อนบ้านทุ่งข่อยไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 1.5 กิโลเมตร ปรากฏในแผนที่ภูมิประเทศมาตราส่วน 1:50,000 ระวังจังหวัดระนอง (4728 IV) บริเวณพิกัด 611-934

เกิดในลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหุบเขาริมคลองพรุ้ง อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 60 เมตร ลักษณะธรณีวิทยาประกอบด้วยหินแม่ที่เป็นหินแกรนิตยุคครีเทเชียส ซึ่งได้แก่ หินแกรนิตคลองบางรีน (Kgr-br) เช่นเดียวกับแหล่งน้ำพุร้อนวัดโปทารามและธรณีวิทยา โครงสร้างพากรอยเลื่อนและรอยแตกที่สำคัญ คือ แนวรอยเลื่อนตะวันออกเฉียงเหนือ-ตะวันออกเฉียงใต้ และแนวเหนือ-ใต้ เช่นเดียวกับแหล่งน้ำร้อนพรุหลุมพิ (บ้านทุ่งยอ)

ลักษณะของบ่อน้ำร้อน ประกอบด้วยบ่อน้ำร้อนธรรมชาติ และปูนซีเมนต์ บ่อน้ำร้อน ธรรมชาติโดยทั่วไปมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางน้อยกว่า 1 เมตรประมาณ 5 บ่อ น้ำร้อนจะไหลซึมขึ้นมา ตามรอยแตกของหิน ทั้งจากหินแกรนิต หินภูเขาไฟจำพวกแอนดิไซต์ และหินทัฟฟ์ และสายแร่ควอร์ตซ์ น้ำร้อนมีลักษณะใส มีก๊าซ CO_2 เล็กน้อย ไม่มีกลิ่นกำมะถัน มีสาหร่ายสีเหลืองในธารน้ำร้อน อุณหภูมิของน้ำร้อนวัดได้โดยเฉลี่ย 55°C วัดค่าความเป็นกรดเป็นด่างได้ประมาณ 8 ไม่สามารถวัด อัตราการไหลของน้ำร้อนแต่ละบ่อ คาดว่าแต่ละบ่อจะมีอัตราการไหลน้อยกว่า 1 ลิตร/วินาทีในแต่ละบ่อ บ่อน้ำพุร้อนเหล่านี้ ได้แก่ บ่อRN3-A2, RN3-A3, RN3-A4, RN3-A7, และ RN3-A8 เป็นต้น

ส่วนบ่อน้ำร้อนที่สร้างเป็นบ่อปูนซีเมนต์ มี 3 บ่อ ได้แก่ บ่อ RN3-A1, RN3-A5 และ RN3-A6 บ่อRN3-A1 เป็นบ่อใหญ่ที่สุด ลักษณะบ่อเป็นรูปร่างเกือบวงรียาวประมาณ 6 เมตร และกว้าง ประมาณ 4 เมตร บ่อสูงประมาณ 1.20 เมตร ส่วนบ่อ RN3-A5และ RN3-A6 ซึ่งเป็นบ่อที่ต่อเชื่อมกันเป็น บ่อซีเมนต์รูปวงกลมเหมือนกันทั้งสองบ่อ มีเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.50 เมตร น้ำร้อนทั้งสามบ่อมีลักษณะใส มีฟองก๊าซ CO_2 เล็กน้อย ไม่มีกลิ่นกำมะถัน ไม่มีสาหร่าย วัดค่าความเป็นกรดเป็นด่างได้ประมาณ 8 ไม่สามารถวัดอัตราการไหลของน้ำร้อน ระดับน้ำร้อนในบ่อสูงเกือบถึงปากบ่อ วัดอุณหภูมิของน้ำร้อนที่ RN3-A1 ได้ 45°C ส่วนบ่อ RN3-A5และ RN3-A6 วัดได้ 55°C

ลักษณะทางธรณีเคมีของแหล่งน้ำแร่ร้อนพรุ้ง

ได้ทำการเก็บตัวอย่างน้ำร้อนจากแหล่งนี้จำนวน 3 ตัวอย่าง ได้แก่ บ่อRN3-A1, RN3-A2 และ RN3-A7 ไปทำการตรวจวิเคราะห์ทางเคมี ดังผลที่แสดงไว้ในตาราง

ตารางที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ทางเคมีของน้ำร้อนจากแหล่งน้ำแร่ร้อนบ้านพรุรั้ง

เครื่องหมาย (code)	pH	มิลลิกรัม/ลิตร (mg/l)											
		TDS	Na	K	Ca	Mg	Fe	Mn	HCO ₃	F	So4	Cl	SiO ₂
RN3-A1	8.4	330	46.9	3.0	44.3	0.01	0.0	0.0	190	5.4	44.9	10	72.0
RN3-A2	8.3	320	44.2	3.1	43.9	0.01	0.0	0.0	186	5.7	45.3	11	75.0
RN3-A7	8.4	300	42.8	3.0	41.3	0.03	0.0	0.0	200	5.2	24.7	11	72.5

คุณภาพของน้ำร้อนทั้ง 3 ตัวอย่าง มีส่วนประกอบของแร่ธาตุต่าง ๆ ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน และมีปริมาณโดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ต่ำ น้ำร้อนมีสภาพค่อนข้างเป็นด่างเล็กน้อย ปริมาณของ Na, K, Ca จัดอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ไม่มีหรือเกือบไม่มี Mg, Fe และ Mn ปริมาณ Cl ก็ต่ำเช่นกัน ซึ่งบ่งบอกถึงการไม่มีปนเปื้อนจากน้ำทะเล ปริมาณของ F สูงเกินกว่ามาตรฐานของน้ำที่ใช้ในกาบริโภค

สำหรับอุณหภูมิของน้ำร้อนใต้โลก หรือแหล่งกักเก็บน้ำร้อนใต้โลก ซึ่งคำนวณโดยสูตร T SiO₂ (no steam loss) T SiO₂ (maximum steam loss) ได้ผลดังนี้

RN3-A1	T SiO ₂ (no steam loss)	= 119.58°C
	T SiO ₂ (maximum steam loss)	= 117.87°C
RN3-A2	T SiO ₂ (no steam loss)	= 121.72°C
	T SiO ₂ (maximum steam loss)	= 119.62°C
RN3-A7	T SiO ₂ (no steam loss)	= 119.94°C
	T SiO ₂ (maximum steam loss)	= 118.10°C

ดังนั้นอุณหภูมิของน้ำร้อนใต้โลกของแหล่งน้ำพุร้อนบ้านพรุรั้งน่าจะประมาณ 120 °C บ่อน้ำร้อนพรุรั้งอยู่ในการดูแลของอุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว หมู่ที่ 3 ตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง อยู่เลยบ่อน้ำแร่ร้อนพรุหลุมพีไปทางใต้ประมาณ 2 กิโลเมตร โดยแยกจากถนนเพชรเกษมประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนที่มีศักยภาพสูง อุณหภูมิของน้ำร้อนประมาณ 45-55°C ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดระนอง อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีการปรับปรุง ตกแต่ง ไว้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน รวมถึงนักท่องเที่ยว มีการสร้างสถานที่บริการด้านสุขภาพ ได้แก่ บ่อแช่ตัว บ่อแช่เท้า ที่อาบน้ำกลางแจ้ง นับว่าเป็นแหล่งที่มีการ

พัฒนารองจากบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน เนื่องจากพื้นที่ของแหล่งน้ำแร่ร้อนเป็นพื้นที่จุดทับซ้อนของหน่วยงานที่รับผิดชอบอันประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว เขตพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ กรมป่าไม้ องค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง จึงเป็นจุดจำกัดประการหนึ่งของการพัฒนาการใช้ประโยชน์

แนวโน้มของการพัฒนาเป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศนั้นมีสูง ใน การบริหารจัดการและดำเนินการพัฒนาที่ยั่งยืน และอนุรักษ์ความเป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนที่คงความเป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 2.4 ภาพบ่อน้ำร้อนบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ที่มา <http://www.ranongvariety.com>

ศาลหลักเมือง

ตั้งอยู่บนเพิ่มผลหน้าเทศบาลเมืองระนอง เป็นศาลหลักเมืองที่มีความสวยงามและเป็น ที่เคารพสักการะของชาวระนอง ปี พ.ศ.2530 เทศบาลเมืองระนอง จึงได้ริเริ่มโครงการสร้างศาลหลักเมือง ขึ้น ณ บริเวณที่เคยเป็นบ้านพักเก่าของพระยารัตนเศรษฐี เจ้าเมืองระนอง ริมคลองหาดส้มแป้น ศาลหลักเมืองมีลักษณะเป็นศาลาจตุรมุข ทรงไทย มียอดศาลาตามลักษณะภูมิสถาปัตยกรรม พระธาตุไชยา จำนวนห้ายอด มีความสูงถึงยอด 13.60 เมตร ตัวศาลามีขนาดกว้างยาวด้านละ 6 เมตร ได้ประกอบพิธี วางศิลาฤกษ์ประดิษฐานเสาหลักเมืองเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ.2533 ชาวเมืองระนองจะจัดฉลอง สมโภชศาลหลักเมืองจังหวัดระนองเป็นประจำทุกปี



ภาพที่ 2.5 ภาพศาลหลักเมือง ที่มา <http://www.ranongvariety.com>

วัดสุวรรณคีรีวิหาร (วัดหน้าเมือง)

เป็นวัดพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดสามัญ สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองระนอง ตำบลเขานิเวศน์ อำเภอเมือง จังหวัดระนอง เดิมชื่อ วัดสุวรรณคีรีทาราม ตั้งอยู่ริมคลองหาดส้มแป้น หมู่ที่ 1 ตำบลบางรีน อำเภอเมืองระนอง แต่เนื่องจากเป็นที่ลุ่มต่ำริมคลอง ฤดูฝนน้ำท่วมพระเศียรต้องย้ายวัดเมื่อน้ำลดจึงกลับมาแต่ต้องมาเจอน้ำขุ่นใช้ไม่ได้เนื่องจากมีการทำเหมืองแร่เหนือคลองทำให้วัดมีสภาพเหมือนวัดร้าง ครั้นต่อมาวันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2433 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาสจังหวัดระนอง ทรงทราบเหตุการณ์จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้พระยารัตนเศรษฐี เจ้าเมืองระนอง สมัยนั้นหาที่ดินสร้างวัดขึ้นใหม่ พระราชทานที่เขตพระอุโบสถยาว 14 วา 2 สอก กว้าง 8 วา 2 สอก ให้เป็นที่วิสุงคามสีมา ยกเป็นแผนกหนึ่งต่างจากราชอาณาจักร เป็นที่วิเศษสำหรับพระสงฆ์ได้อาศัยทำสังฆกรรม และโปรดเกล้าให้อาราธนาพระสงฆ์จากวัดสุวรรณคีรีทารามมาสวดถอนและผูกพัทธสีมา และพระราชทานนามว่า “วัดสุวรรณคีรีวิหาร” ปราบกฏตามประกาศพระบรมราชโองการ ฉบับลงวันที่ 22 ตุลาคมพ.ศ. 2437 ชาวบ้านเรียก “วัดหน้าเมือง” ตามที่ตั้งวัดซึ่งตั้งอยู่บริเวณหน้าจวนเจ้าเมือง วัดสุวรรณคีรีวิหารถือเป็นวัดพระอารามหลวงแห่งเดียวในจังหวัดระนอง และเป็นศูนย์เรียนรู้การจัดการขยะแบบครบวงจร ซึ่งภายในวัดจะมีการจัดงานประเพณี สมโภชน์พระเจดีย์คำฐ ในช่วงวันวิสาขบูชา บรรพชาสามเณรฤดูร้อนของทุกปี



ภาพที่ 2.6 ภาพวัดสุวรรณคีรีวิหาร (วัดหน้าเมือง) ที่มา <http://ranong.most.go.th>

พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง)

พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขารัตนรังสรรค์ ห่างจากศาลหลักเมือง ประมาณ 800 เมตร บนถนนกำลังทรัพย์ ตำบลพานิชย์ อำเภอเมือง จ.ระนอง

พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) เป็นพระราชวังที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นการอนุสรณ์การ เสด็จประทับแรมจังหวัดระนองของพระมหากษัตริย์ 3 พระองค์ ได้แก่

- 1) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 (ปี พ.ศ.2433)
- 2) พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 (ปี พ.ศ.2452)
- 3) พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 (ปี พ.ศ.2471) และเป็น สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดระนอง

พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) เป็นพระราชวังเรือนไม้ที่จัดจำลองขึ้นใหม่ โดยทำ ด้วยไม้สักและไม้ตะเคียนทอง สิ่งที่จัดแสดงภายในพระราชวังฯ ได้แก่ ห้องบรรทมพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ชั้น 3) ห้องพระราชินี (ชั้น 2) อาคารทรงแปดเหลี่ยม อาคารท้องพระโรง สะพานเชื่อมอาคารที่ประทับทรงงานกับอาคารแปดเหลี่ยมการจัดแสดงภาพเก่าในอดีต และข้าว ของเครื่องใช้ที่สำคัญในรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 2.7 ภาพพระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) ที่มา <http://ranong.most.go.th>

จวนเจ้าเมืองระนอง

จวนเจ้าเมืองระนองหรือค่ายเจ้าเมืองตั้งอยู่บนถนนกิจพฤกษ์ อำเภอเมืองระนอง จวนแห่งนี้สร้างในสมัยพระยาคำรงสุจริตมหิศรภักดี ผู้สร้างคือพระยาคำรงสุจริตมหิศรภักดี บุตรชายคนที่สองของท่านคอซู้เจียง สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ.2420 มีเนื้อที่ประมาณ 33 ไร่เศษ ปัจจุบันกรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน ภายในมีสิ่งสำคัญ อาทิ ศาลบรรพบุรุษ แนวกำแพงเก่า บ่อน้ำป้อมปืน และที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวครั้งเสด็จประพาสเมืองระนอง ภายในค่ายสงบและร่มรื่น ระหว่างวันที่ 20-22 กรกฎาคมของทุกปี จะมีการทำบุญตักบาตรข้าวสารอาหารแห้งบริเวณจวนเจ้าเมือง เนื่องจากเป็นวันครบรอบการพระราชทานนามเมืองระนอง

จุดเด่นของจวนเจ้าเมืองระนอง คือศาลบรรพบุรุษต้นตระกูล ณ ระนอง ภายในศาลเป็นที่เก็บของมงคลต่างๆ ทั้งป้ายหน้าศาลบรรพบุรุษ มีอักษรภาษาจีนสกลเขียน อ่านว่า เกา-หยางเกา มีความหมายว่า ดวงตะวันอันสูงส่ง บ้านนี้มากด้วยขุนนาง บ้านนี้มากด้วยแก้วแหวนเงินทอง หรือโลหะชุบเงินและทอง แผ่นศิลาจารึกพระราชทานพระบรมราชานุญาตทำคำจารึกไว้เป็นเกียรติยศจากรัชกาลที่ 5 และยังเป็นທີ່เก็บรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของต้นตระกูล ณ ระนอง



ภาพที่ 2.8 ภาพจนเจ้าเมืองระนองที่มา <http://ranong.most.go.th>

สุสานเจ้าเมืองระนอง

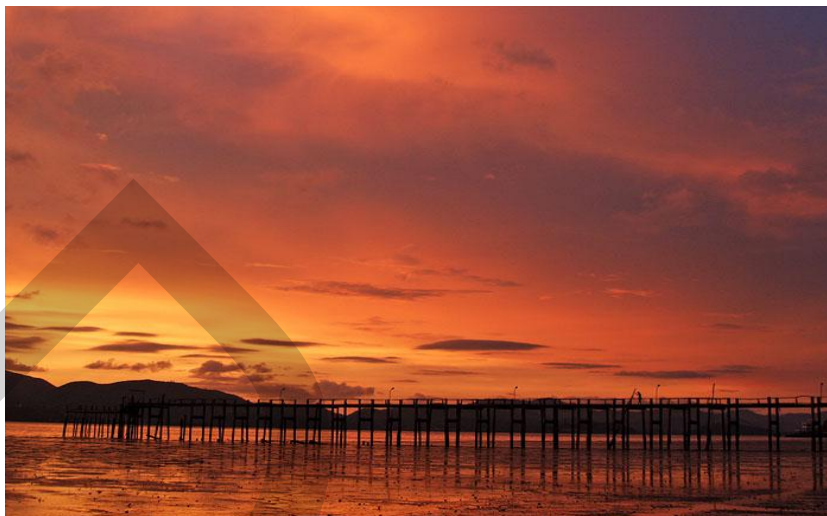
สุสานเจ้าเมืองระนอง ตั้งอยู่ด้านขวามือของทางหลวงหมายเลข 4004 (ระนอง-ปากน้ำ) ห่างจากเขตเทศบาลเมืองประมาณ 1 กิโลเมตร สุสานเจ้าเมืองระนองเป็นที่ฝังศพของ พระยาคำรงสุจริตมหิศรภักดี (คอซู้เจียง) เจ้าเมืองระนองคนแรก บริเวณสุสานซึ่งเป็นที่ดินที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 ตั้งอยู่บนเนินเขาขนาดเล็ก หันหน้าไปทางทิศใต้ บริเวณลานกว้างหน้าสุสานปูศิลาขึ้นไปจนถึงสุสานด้านข้างทั้งสอง เป็นที่ตั้งตุ๊กตาหินโบราณ ซึ่งนำมาจากประเทศจีนในสมัยที่เจ้าเมืองระนองยังมีชีวิตอยู่ ถัดมาเป็นเสาหินแกรนิต 2 เสาด้านหน้าสุสาน บริเวณริมถนนมีป้ายหินแกรนิตจารึกประวัติความเป็นมา และคำสรรเสริญเกียรติคุณของพระยาคำรงสุจริต มหิศรภักดี (คอซู้เจียง) อยู่ด้วย



ภาพที่ 2.9 ภาพสุสานเจ้าเมืองระนอง ที่มา <http://ranong.most.go.th>

หาดชาญคำริ

ตั้งอยู่บริเวณท่าเทียบเรือเอนกประสงค์ ห่างจากสุสานเจ้าเมืองระนองประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นหาดที่ความสวยงามมีลักษณะโดดเด่น สามารถชมวิทิวทัศน์ของจังหวัดเกาะสองในประเทศพม่าได้ และยังเป็นจุดที่สามารถชมทัศนียภาพยามพระอาทิตย์ตกดินได้อย่างสวยงาม และในเดือนพฤศจิกายน-เดือนธันวาคม ยังมีดอกบัวตองบานสะพรั่งทั่วเนินเขา นอกจากนี้ก่อนถึงหาดชาญคำริประมาณ 200 เมตร ยังมีจุดชมวิทิวทัศน์ของชุมชนปากน้ำระนอง มองเห็นเกาะสองหรือวิคตอเรียพ้อยท์ของฝั่งพม่า ตลอดจนเกาะต่างๆ ในมุมมองแบบ Bird Eye View หรือจะขึ้นไปชมวิทิวทัศน์ในมุมสูงจากประภาคารที่ทำเรือ เอนกประสงค์ก็ได้ด้วย หรือจะเลือกนั่งเรือข้ามไปที่เขาที่วิคตอเรียพ้อยท์ในฝั่งพม่า



ภาพที่ 2.10 ภาพหาดชาญคำริ ที่มา <http://www.travelbestforyou.com>,

วัดหาดส้มแป้น

ตั้งอยู่บริเวณตำบลหาดส้มแป้น เลียบอ่าวน้ำพุร้อนรักษะวารินขึ้นไปประมาณ 7 กิโลเมตร วัดหาดส้มแป้นเป็นวัดเก่าแก่ที่ประดิษฐานรูปเหมือนหลวงพ่อกัลยา อดีตเจ้าอาวาสวัดหาดส้มแป้น รูปที่ 2 หลวงพ่อกัลยาเคร่งครัดพระวินัยปฏิบัติกรรมฐานและมีความรู้เรื่องยาสมุนไพรท่านได้ช่วยชีวิตผู้คนไว้มากมาย จนเป็นที่เคารพศรัทธายิ่งของชาวระนอง ภายในพื้นที่วัดยังมีเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ รอยพระพุทธรบาทจำลอง และปลาหลวงจำนวนมาก



ภาพที่ 2.11 ภาพวัดหาดส้มแป้น ที่มา <http://ranong.most.go.th>

ระนองแคนยอน

ตั้งอยู่ในหุบเหมืองเก่าบนเขา ตำบลหาดส้มแป้นเลยวัดหาดส้มแป้นขึ้นไปประมาณ 2.5 กิโลเมตร ระนองแคนยอน เป็นภูมิประเทศที่เกิดจากการทำเหมืองโดยใช้น้ำฉีดไล่ดินเพื่อแยกแร่ หลังจากเลิกเหมืองแร่ น้ำที่ฉีดก็ชะล้างหน้าดินหายกลายเป็นแอ่งลึกลงไปกลายเป็นหนึ่งในความมหัศจรรย์จากธรรมชาติรายล้อมไปด้วยหน้าผาดินและหินสูงใหญ่มากมายประกอบด้วยมีตาน้ำล้นขึ้นมารวมกับน้ำฝนที่ตกชุกของจังหวัดระนองเกิดเป็นแอ่งน้ำมรกตสีเขียวเข้มขนาดใหญ่ สวยงามและแปลกตา



ภาพที่ 2.12 ภาพระนองแคนยอน ที่มา <http://ranong.most.go.th>

สะพานปลาเทศบาลระนอง

ตั้งอยู่บนสะพานปลา เป็นสะพานปลาของเทศบาลระนอง เนื่องจากระนองเป็นเมืองชายฝั่งทะเลอันดามันที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในทะเลจำนวนมาก โดยเฉพาะสัตว์น้ำทะเลที่ส่งขายไปทั่วประเทศและยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย สะพานปลาแห่งนี้จะเห็นวิถีชีวิตของชาวเลและจะมีเรือประมงขนาดต่างๆ ทอยเข้ามาส่งปลาขึ้นขายกับนายหน้า ช่วงที่คึกคักและได้เห็นปลาแปลกๆ จำนวนมากคือช่วงเวลาประมาณ 04.00-06.00 น.



ภาพที่ 2.13 ภาพสะพานปลาเทศบาลระนอง ที่มา <http://www.bloggang.com>

เขาฝาชี

ตั้งอยู่บนยอดเขาฝาชี ที่ตั้งของศูนย์ทวนสัญญาณโทรคมนาคม ห่างจากตัวเมืองระนอง ประมาณ 30 กิโลเมตร เป็นภูเขาที่มีลักษณะคล้ายกับฝาชี สูงจากระดับน้ำทะเล 259 เมตร บนยอดเขาเป็นสถานที่ชมทิวทัศน์สวยงาม พระอาทิตย์อัสดง สามารถมองเห็นแม่น้ำกระบุรีไปบรรจบกับแม่น้ำละอุ่น เกาะแก่งต่างๆ มองเห็นฝั่งพม่า เป็นภาพสวยงามสดในมีชีวิตชีวา โดยเฉพาะในฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม แสงสีสุดท้ายของท้องฟ้าจะสวยงามสดงดงามมากที่สุด ในบริเวณใกล้เคียงยังเป็นที่ตั้งฐานทัพญี่ปุ่นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีหลักฐานสำคัญคือ ซากเรือรบ อุโมงค์ใต้ดิน แนวทางรถไฟ



ภาพที่ 2.14 ภาพเขาฝาชี ที่มา <http://www.travelbestforyou.com>

คอคอดกระ

คอคอดกระหรือก๊วกกระ เป็นส่วนที่แคบที่สุดของแหลมมลายูอยู่ในเขตบ้านทับหลี ตำบลละมู อำเภอกะบุรี จังหวัดระนอง กับอำเภอสวี จังหวัดชุมพร ประมาณกิโลเมตรที่ 545 ของทางหลวงหมายเลข 4 ห่างจากเขตเทศบาลเมือง 66 กิโลเมตร ในบริเวณนี้มีแผ่นป้ายคอนกรีตขนาดใหญ่จำลอง

คอคอดกระ มีระยะทางจากฝั่งทะเลตะวันตกจรดฝั่งตะวันออกกว้างเพียง 44 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนนี้นับเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ ที่ได้รับความสนใจตั้งแต่ในสมัยพระนารายณ์มหาราช ในการที่จะขุดคลองตัดผ่านจนกระทั่ง รัชกาลที่ 4 ฝรั่งเศสคิดจะขุดคอคอดกระเพื่อร่นระยะทางในการเดินเรือจากฝั่งทะเลอันดามันข้ามมายังฝั่งอ่าวไทย โดยไม่ต้องอ้อมไปทางแหลมมลายู แต่เนื่องด้วยความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับอังกฤษที่เป็นเจ้าของกิจการท่าเรือในปีนังและสิงคโปร์ โครงการนี้เลยพับไป

แผนที่แสดงจุดที่ตั้งของคอคอดกระซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปเป็นที่ระลึกมากแห่งหนึ่งของ จังหวัดระนอง และใกล้ๆแผ่นป้ายคอนกรีตดังกล่าว ยังสามารถชมทิวทัศน์ของแม่น้ำกระบุรี ซึ่งแบ่งพรมแดนไทย-พม่าได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2.15 ภาพคอคอดกระ ที่มา <http://ranong.most.go.th>

ภูเขาหญ้า

ภูเขาหญ้าหรือเขาหัวล้าน หรือเขาผี ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลหงาว จากเขตเทศบาลเมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 4 (ระนอง-พังงา) ประมาณ 13 กิโลเมตร เขาหัวล้านหรือเขาผีนี้ เป็นภูเขาที่ไม่มีไม้ใหญ่ขึ้น ในฤดูฝนมีหญ้าสีเขียวขึ้นปกคลุมแนวเขาที่ทอดตัวจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ บางครั้งจึง

เรียกว่า ภูเขาหญ้า ที่ราบเชิงเขามีทางเดินเท้าสำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นสู่บนสันเขาเพื่อชมทิวทัศน์ โดยรอบภูเขาหญ้าหรือเขาหัวล้านหรือเขาผี อยู่ในเขต ต.หวาง จากเขตเทศบาลเมืองไปตามทางหลวง หมายเลข 4 (ระนอง-พังงา) ประมาณ 11-12 กิโลเมตร เขาหัวล้านหรือเขาผีนี้ เป็นภูเขาที่ไม่มีไม้ใหญ่ขึ้น พืชพรรณที่ปรากฏส่วนใหญ่ในฤดูแล้ง คือ หญ้าสีเขียวซึ่งขึ้นปกคลุมแนวเขาที่ทอดตัวจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ บางครั้งจึงเรียกกันว่า ภูเขาหญ้า ในช่วงฤดูร้อนหญ้าจะตาย ภูเขาจึงแลดูเป็นสีน้ำตาล ที่ราบเชิงเขามีทางเดินเท้าสำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นสู่บนสันเขาเพื่อชมทิวทัศน์โดยรอบ



ภาพที่ 2.16 ภาพภูเขาหญ้า ที่มา <http://ranong.most.go.th>

น้ำตกหวาง

ตั้งอยู่บริเวณที่ทำคารอุทยานแห่งชาติน้ำตกหวาง ตรงข้ามภูเขาหญ้า ห่างจากตัวเมืองระนอง 13 กิโลเมตร เดิมชื่อ อุทยานแห่งชาติคลองเพรา มีพื้นที่ในเขตป่าละอูน และป่าราชกรูด จังหวัดระนอง และป่าทุ่งระยะ ป่านาสัก ป่าเขาดังอา ป่าคลองโชน ป่าพะโต๊ะ ป่าปังหวานและป่าปากทรง จังหวัดชุมพร มีเนื้อที่ประมาณ 800 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 500,000 ไร่ ได้จัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2543

น้ำตกหวางเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระนอง สายน้ำจะไหลลงมาจากสันเขาสูงชัน ธารน้ำจะไหลลงตามหน้าผาหินที่ลาดลงสู่เบื้องล่าง จะมีน้ำไหลมากที่สุดช่วงเดือนมิถุนายน สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล พื้นที่รอบด้านร่มรื่นด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด มีเส้นทางพิชิตยอดน้ำตกหวางให้นักผจญไพรได้ชมเอื้องเงินหลวง ที่ออกดอกในช่วงเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม ที่สำคัญยังเป็นถิ่นกำเนิดของปูเจ้าฟ้า ซึ่งเป็นปูชนิดเดียวที่อาศัยอยู่ที่นี้



ภาพที่ 2.17 ภาพน้ำตกหงาว ที่มา <http://ranong.most.go.th>

น้ำตกโตนเพชร

ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลราชกรูด ห่างจากเขตเทศบาลเมืองระนอง 29 กิโลเมตร น้ำตกโตนเพชร ซึ่งเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ มีทั้งหมด 11 ชั้น แต่ละชั้นสายน้ำมีลักษณะลดหลั่นลงมาผ่านแนวชะง่อนหินคู่สวยงาม และมีน้ำไหลตลอดทั้งปี โดยต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาพ่อตาโงง โคง ซึ่งเป็นภูเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดระนอง ส่วนสภาพป่าข้างเคียงเป็นป่าดิบชื้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะไปชมน้ำตกโตนเพชร สามารถติดต่อชาวบ้านที่อยู่ใกล้น้ำตกให้เป็นผู้นำทางไปชมน้ำตกได้



ภาพที่ 2.18 ภาพน้ำตกโตนเพชร ที่มา <http://travel.upyim.com>

น้ำตกปุลญบาล

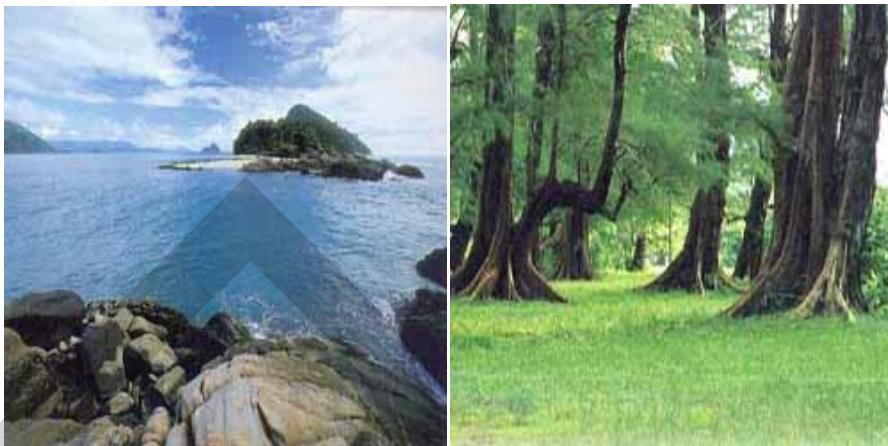
ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 4 ใกล้กับแหลมเสด็จกวัดในเขตอุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี น้ำตกปุลญบาลเป็นน้ำตกที่ขนาดไม่ใหญ่มากนัก มีทั้งหมด 3 ชั้น เกิดจากลำห้วยเล็กๆ บนป่าสงวนแห่งชาติ ป่าละอุ่น ป่าราชกรูด น้ำตกชั้นแรกสูงประมาณ 10 เมตร สายน้ำไหลลดหลั่นลงมาตามผาหิน ส่วนน้ำตกชั้นที่ 2 หรือชั้น โตนไผ่ และชั้นที่ 3 หรือชั้น โตนต้นเฟิน ซึ่งจะต้องเดินทางขึ้นไปชม รวมระยะทางประมาณ 300 เมตร



ภาพที่ 2.19 ภาพน้ำตกปุลญบาล ที่มา <http://ranong.most.go.th>

อุทยานแห่งชาติแหลมสน

อุทยานแห่งชาติแหลมสน ตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอเมือง อำเภอเกาะเปอรัน กิ่งอำเภอสุขสำราญ จังหวัดระนอง และอำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลอีกแห่งหนึ่ง ครอบคลุมพื้นที่บริเวณหาดแหลมสนและหมู่เกาะใกล้เคียง ร่มรื่นด้วยป่าสนที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นที่อยู่ของนกนานาชนิด ทั้งมีหาดทรายขาวละเอียดเป็นแนวยาวและกว้างใหญ่ มีทิวทัศน์ที่สวยงามมาก อุทยานแห่งชาติแหลมสนมีเนื้อที่ประมาณ 196,875 ไร่ หรือ 315 ตารางกิโลเมตร นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 46 ของประเทศไทย



ภาพที่ 2.20 ภาพอุทยานแห่งชาติแหลมสน ที่มา <http://ranong.most.go.th>

อุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี

อุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี ตั้งอยู่ทางด้านฝั่งทะเลอันดามัน ในท้องที่อำเภอกระบุรี อำเภอละอุ่น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ได้รับการประกาศจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อปี 2542 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 116 ตอนที่ 29 ลงวันที่ 21 เมษายน 2542 ครอบคลุมพื้นที่ 160 ตารางกิโลเมตร มีพรมแดนติดกับประเทศสหภาพพม่าทางด้านทิศตะวันตก โดยมีแม่น้ำกระบุรีเป็นเส้นแบ่งกั้นของประเทศทั้งสอง พื้นที่ประมาณ 64 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 40 ของพื้นที่ ในแม่น้ำมีเกาะจำนวน 6 เกาะ ได้แก่ เกาะเสียด เกาะขวาง เกาะโชน เกาะยาว เกาะปลิง และเกาะนกเปล้า



ภาพที่ 2.21 ภาพอุทยานแห่งชาติลำน้ำกระบุรี ที่มา <http://ranong.most.go.th>

เกาะพยาม

เกาะพยาม เป็นเกาะขนาดใหญ่ พื้นที่ประมาณ 35 ตารางกิโลเมตร อยู่ใกล้เกาะช้าง มีชาวบ้านอาศัยอยู่บนเกาะประมาณ 160 ครัวเรือน ชาวบ้านมีอาชีพทำสวนมะม่วงหิมพานต์ สวนยางพาราและประมงชายฝั่ง กิจกรรมบนเกาะจะมีการตกปลา จั๊กจรรย์รอบเกาะ และสำหรับผู้ที่ชื่นชอบการดำน้ำดูปะการัง เกาะพยามถือเป็นแหล่งดูปะการังที่สมบูรณ์สวยงาม และด้านทิศตะวันออกของเกาะไม่มีหาดทราย แต่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลน และมีชาวเลเผ่ามอแกน มาอาศัยอยู่เป็นบางครั้ง บนเกาะพยามมีที่พักบริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.22 ภาพเกาะพยาม ที่มา <http://ranong.most.go.th>

2.5.10 พันธุ์ไม้และสัตว์ป่า

สภาพป่าในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว เป็นป่าดิบชื้น มีต้นไม้ใหญ่ ไม้มีค่าและไม้พื้นล่างขึ้นอยู่หนาแน่นที่สำคัญ ได้แก่ พญาไม้ ตะเคียนทอง หลุมพอ จำปา ยาง บุนนาค ตะแบก อินทนิล มังคุด กะบาก ตาเสือ ตะเคียนทราย สมพง พิกุลป่า มะม่วงป่า ไช้เขียว ฯลฯ ไม้พื้นล่าง ได้แก่ หวายชนิดต่าง ๆ ระกำ ไม้ไผ่ เฟิร์น สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ ได้แก่ สมเสร็จ กระตัง เสือดำ หมี เก้ง ลิง ค่าง หมูป่า หมีขอ เสียงผา กระรอก งูเห่า งูจงอาง งูเหลือม เต่า ตะพานน้ำ ไก่ป่า นกหว้า นกกางเขน นกเงือก ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีสัตว์ที่เป็นจุดเด่นที่สำคัญยิ่ง คือ “ปูเจ้าฟ้า” ปูน้ำตกพันธุ์ใหม่ พบเพียงแห่งเดียวในโลกที่บริเวณน้ำตกหงาว จังหวัดระนอง นอกจากนี้ มีการพบช้างป่าในป่าพะโต๊ะ จำนวน 2 โขลง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒน์ชัย ชูมาก (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสโมสรโรตารี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการให้รางวัลกับชีวิต นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น คือ การมีรายได้มากขึ้น การมีวันหยุดพักผ่อนมากขึ้นและความเจริญในการคมนาคมมีมากขึ้น

เบญจมาศ ลากิจิตร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย 3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยแวดล้อมอื่นๆที่มีต่อระดับความพึงพอใจ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์ มีระดับแรงจูงใจที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ด้านภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 2.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากความคุ้มค่าเงิน มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 2.63$) แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากบริการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.53$) แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากการจัดการระบบสาธารณสุข โภค และสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.41$) แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากการบริการด้านที่พักแรม ภัตตาคาร แหล่งท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.28$) แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากการบริการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.15$) แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทย เนื่องจากด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.12$)

อำเภอพรรณ รัตนปานิ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคมขนส่งในระดับปานกลาง คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพสมรสและอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในด้านคมนาคมขนส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสและระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในด้านบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในด้านบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ (2547) ทำการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ” พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเพชรน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การประชาสัมพันธ์ยังมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น

นวลปรานค์ เขียรประสิทธิ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาทัศนคติและแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อกรุงเทพมหานคร” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 63 และอายุระหว่าง 35-

44 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 5,001-10,000 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนใหญ่เดินทางมากรุงเทพมหานครเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 38.25 และวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อต้องการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 41 และส่วนใหญ่นิยมที่จะเดินทางมาเป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.25 โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 41.25 โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ไม่รวมค่าที่พักอยู่ที่ 5,001-7,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และส่วนใหญ่มีค่าที่พักในกรุงเทพมหานครอยู่ที่ 5,001-10,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 42.25 โดยส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปนั้นต้องการกลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครซ้ำในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 93 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ดังนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแรงจูงใจที่มาจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศต่างกันนั้นมีแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อปีและจุดประสงค์การเดินทางต่างกันนั้นมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน โดยมีแรงจูงใจจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสำคัญ

นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศ อายุ รายได้ จุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ระดับมาก ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.95) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

อศวิน แสงพิบูล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป” พบว่า แรงจูงใจผลักดัน (push factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆใหม่ๆในสถานที่ต่างๆ (novelty seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูด (pull factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรประบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นปัจจัยดึงดูดหลักให้อยากเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาพำนัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร

สมกมล พวงพรหม (2546) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยจูงใจที่มีต่อผลทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี และมีสถานภาพโสด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษและญี่ปุ่น ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า US\$10,000 และพบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรกคือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงที่พักราคาถูกและเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสารจากเพื่อนมากที่สุด รองมาคืออินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับที่พักในระดับดี ส่วนเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยอยู่ในระดับไม่ดี นักท่องเที่ยวทัศนคติดีเกี่ยวกับรูปแบบดนตรีในบาร์เบียร์ ผับ คลับ หรือสถานบันเทิงอยู่ในระดับดี ส่วนทัศนคติเรื่องความหลากหลายในการให้บริการ ราคาของเครื่องดื่ม ความหรูหราและคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับรสชาติอาหารไทยและความหลากหลายของร้านอาหารอยู่ในระดับที่ดี ส่วนทัศนคติเรื่องรสชาติของอาหารนานาชาติ คุณภาพของอาหารนานาชาติ และคุณภาพของอาหารไทย อยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับความหลากหลายของบริการ ราคาบริการและการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับกลาง นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเรื่องความหลากหลายของประเภทสินค้า ความทันสมัยของสินค้า เมื่อเทียบกับแหล่งช้อปปิ้งอื่นๆ ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับราคาบริการ และความเร็วของอินเทอร์เน็ต การส่ง e-mail เมื่อเทียบกับร้านอินเทอร์เน็ตอื่นๆ

ชัชวาล นิธิพิพัฒโกศล (2547) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด้านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบริเวณด้านชายแดนไทย-พม่า” ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด้านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 415 ตัวอย่าง นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การกระจายร้อยละ และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยนำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

พบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของอรรถาศัยไมตรีที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของสินค้าและบริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ ด้านโรงแรม ที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สุคนธ์ธรร สุรเดชพิภพ (2549) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ($\alpha = 0.01$) ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 10 ($\alpha = 0.01$) ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้าน โบราณสถานและสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ประภาศรี เขิกขุนทด (2551) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุดในด้านความต้องการการของผู้มาท่องเที่ยว (Customer Needs) และความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากในสามด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่ายของผู้มาท่องเที่ยว (Customer Cost) ด้านความสะดวกสบาย (Convenience) และด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารของผู้ท่องเที่ยว (Communication)

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กว่า 65 คน ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำไม่สะอาดและมีจำนวนไม่เพียงพอ จำนวน 17 คน ที่จอดรถไม่เพียงพอ และที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจำนวน 25 คน ได้ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารของผู้มาท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ และการจัดการเอกสาร แผ่นพับ แนะนำการชมสถานที่ไม่เพียงพอ

ผลการศึกษาส่วนที่สองพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ หาดชะอำ ความคิดเห็นต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศประทับใจ อันดับแรกคือ บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว

รองลงมาคือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และอาหารอร่อยและมีคุณภาพ ตามลำดับ
 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสิ่งที่ควรปรับปรุง อันดับแรกคือ ปัญหาค่าพาหนะ
 แพง (รถรับจ้าง) รองลงมาคือ ปัญหาในการเดินทาง และปัญหาด้านภาษา การสื่อสาร ตามลำดับ
 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ
 อันดับแรก คือ ที่พัก รองลงมาคือ ศูนย์ประชาสัมพันธ์/บริการข้อมูล และแผนที่ ป้ายบอกสถานที่
 ตามลำดับ

นัรทัศน์ก ไชยสมบูรณ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
 สุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
 ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน
 ระหว่าง 10,000-20,000 บาท

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
 เคยมาแล้ว เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เพื่อสุขภาพ มาท่องเที่ยวในวันหยุด/สุดสัปดาห์ มี
 ความคาดหวังในการมาท่องเที่ยว คือ ทำให้สุขภาพดีขึ้น มีภูมิคุ้มกันมากขึ้น ภาควิชา ได้ รับข้อมูลจาก
 การบอกเล่าต่อกันมา/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเดินทางมา
 ท่องเที่ยว มีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 2-5 คน โดยพาหนะส่วนตัว และจะกลับมาท่องเที่ยวที่นี้อีกใน
 ครั้งต่อไป

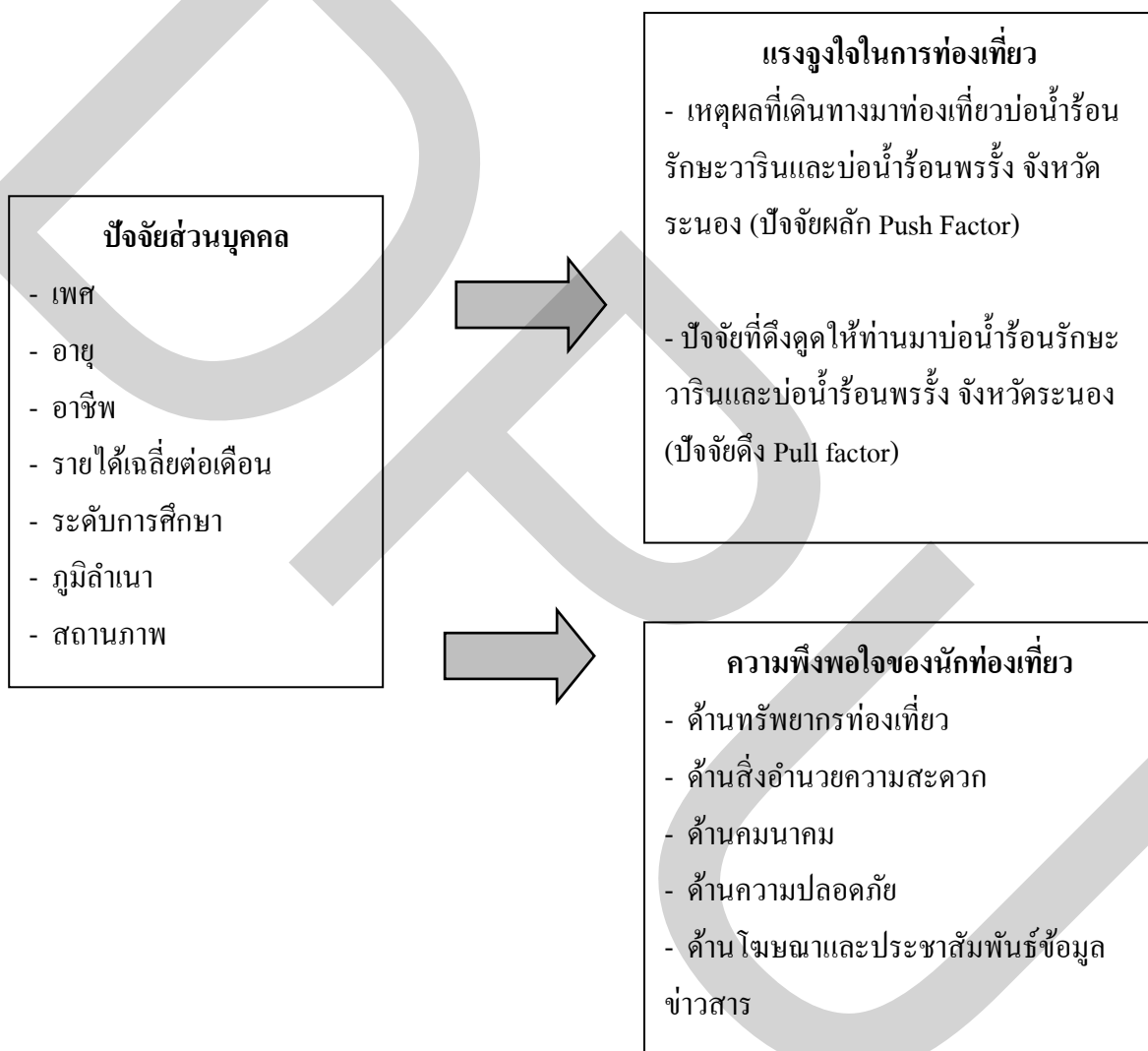
3. ผลการศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกายภาพ/จิตวิทยา และมี
 ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ด้านบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ด้าน
 สังคมและด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านกายภาพ/จิตวิทยา ด้านวัฒนธรรม
 ด้านสังคม และสิ่งบันเทิง/สิ่งเพลิดเพลิน พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อศึกษาหาความรู้ ความเข้าใจถึง
 ขนบธรรมเนียมประเพณีกับเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กันในทิศทาง
 เดียวกัน มากที่สุดระดับ 71.40 % และความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการไปเพื่อประกอบพิธีกรรม
 ทางศาสนากับความต้องการ ได้รับความบันเทิงสนุกสนานระหว่างการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน
 ในทิศทางเดียวกันน้อยที่สุดที่ระดับ -6.40 %

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยข้างต้นนั้น เพื่อให้ทราบข้อมูล วิเคราะห์การวิจัย และเป็นแนวทาง
 ในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
 ท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

2.7 กรอบแนวความคิด

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีกรอบแนวความคิดการวิจัยดังนี้



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง 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 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดในปี พ.ศ.2553 เป็นจำนวน 434,611 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane ที่ความเชื่อมั่น 0.05 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ 2 แห่ง คือบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง

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

โดยกำหนด	N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
	n	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	e	=	ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

$$\begin{aligned} \text{ขนาดกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{434,611}{1+434,611 (0.05)^2} \\ &= 399.63 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.63 ดังนั้นเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สามารถเก็บได้ 300 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแนวแบบสอบถามสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมาจากการทบทวนงานวรรณกรรมแนวคิดแนวทฤษฎี แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้การศึกษา และภูมิลำเนา มีทั้งหมด 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น มีทั้งหมด 4 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ได้แก่ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด) มีทั้งหมด 20 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ได้แก่ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีทั้งหมด 5 ด้าน 25 ข้อ

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยประยุกต์มาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของ เครื่องมือ โดยทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความชัดเจน รวมถึงครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มแบบบังเอิญ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ รายงาน วิจัย อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. แบบสอบถามชนิดเลือกตอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาร้อยละ (Percentage) เสนอผลวิเคราะห์ในรูปแบบตารางความเรียง

2. ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ให้คะแนนแต่ละระดับ

3.4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่นั่นแสดงออกมาเป็น สถิติค่าร้อยละ (Mean) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แรงจูงใจ คือ สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

3. เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานภาพโดยทั่วไปกับการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง โดยใช้สถิติ (t-test) ในการวิเคราะห์ ความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจและความพึงพอใจระหว่างเพศ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง ค่าเฉลี่ย อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง 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

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 - 5.00 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
2.61 - 3.40 คะแนน	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.81 - 2.60 คะแนน

หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.80 คะแนน

หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง โดยทำการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- 4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง
- 4.3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง
- 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ แหล่งที่ทำการสัมภาษณ์ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ภูมิสำเนา และสถานภาพทางการสมรส ซึ่งมีทั้งหมด 7 ข้อ สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	110	36.67
	หญิง	190	63.33
	รวม	300	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	52	17.33
	21 – 30 ปี	76	25.33
	31 – 40 ปี	81	27.00
	41 – 50 ปี	44	14.67
	51 ปีขึ้นไป	47	15.67
	รวม	300	100.00
อาชีพ	ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ	102	34.00
	ผู้ใช้ทักษะ แรงงาน	52	17.33
	อาชีพเกษตรกรรม	19	6.33
	เจ้าของกิจการและผู้บริหาร	77	25.67
	ผู้ประกอบการอาชีพระดับสูง	50	16.67
รวม	300	100.00	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	138	46.00
	15,001 – 30,000 บาท	82	27.33
	30,001 – 50,000 บาท	54	18.00
	50,001 บาทขึ้นไป	26	8.67
	รวม	300	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	131	43.67
	ปริญญาตรี	130	43.33
	สูงกว่าปริญญาตรี	39	13.00
	รวม	300	100.00
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร	48	16.00
	ภาคกลางอื่นๆ ที่ไม่ใช่ กทม.	29	9.67
	ภาคเหนือ	12	4.00
	ภาคตะวันออก	5	1.67
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	16	5.33
	ภาคใต้	190	63.33
รวม	300	100.00	
สถานภาพ	โสด	155	51.67
	สมรส	131	43.67
	หย่า, แยกกันอยู่	14	4.67
	รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.1 เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 63.33) และ (ร้อยละ 36.67) ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 27.00) รองลงมาคือ 21 – 30 ปี (ร้อยละ 25.33) และต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 17.33) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ มากที่สุด (ร้อยละ 34.00) รองลงมาคือ เจ้าของกิจการและผู้บริหาร (ร้อยละ 25.33) และผู้ใช้ทักษะแรงงาน (ร้อยละ 17.33) เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 46.00) รองลงมาคือ 15,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 27.33) และ 30,000-50,000 บาท (ร้อยละ 18.00) เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มากที่สุด (ร้อยละ 43.67) รองลงมาคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 43.33) และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 13.00) เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนาพบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ภาคใต้ มากที่สุด (ร้อยละ 63.33) รองลงมาคือ

กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 16.00) และภาคกลางอื่นๆ ที่ไม่ใช่ กทม. (ร้อยละ 9.67) เมื่อจำแนกตามสถานภาพทางการสมรสพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด มากที่สุด (ร้อยละ 51.67) รองลงมาคือสมรส (ร้อยละ 43.67) และหย่า,แยกกันอยู่ (ร้อยละ 4.67)

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำ ร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำ ร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	คนเดียว	22	7.33
	ครอบครัว	121	40.33
	กลุ่มเพื่อน	106	35.33
	บริษัทนำเที่ยวเอกชน	3	1.00
	ญาติพี่น้อง	48	16.00
	รวม	300	100.00
2. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง	ครั้งแรก	81	27.00
	1 -2 ครั้ง	51	17.00
	มากกว่า 3 ครั้ง	168	56.00
	รวม	300	100.00
3. ช่องทางที่รู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง	อินเทอร์เน็ต	60	20.00
	เอกสารการท่องเที่ยว	76	25.33
	โฆษณา / ประชาสัมพันธ์	42	14.00
	การแนะนำของบุคคล	216	72.00
	สารคดีการท่องเที่ยว	28	9.33
	อื่นๆ	24	8.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
4. กิจกรรมที่ทำใน แหล่งท่องเที่ยว บริเวณบ่อน้ำร้อน รักษะวาริน และบ่อน้ำ ร้อนพรัง	อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน	259	86.33
	อบไอน้ำร้อน	43	14.33
	นวดสปา	29	9.67
	ชมวิวทิวทัศน์	166	55.33
	เดินออกกำลังกาย	82	27.33
	ซื้อของฝาก	22	7.33
	พักผ่อน/รับประทานอาหาร	123	41.00
	อื่นๆ	4	1.33

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว มากที่สุด (ร้อยละ 40.33) รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 35.33) และญาติพี่น้อง (ร้อยละ 16.00) เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนองพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด (ร้อยละ 56.00) รองลงมาคือ ครั้งแรก (ร้อยละ 27.00) และ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 17.00) เมื่อจำแนกตามการรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคล มากที่สุด (ร้อยละ 72.00) รองลงมาคือ เอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 25.33) และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 20.00) เมื่อจำแนกตามกิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน มากที่สุด (ร้อยละ 86.33) รองลงมาคือ ชมวิวทิวทัศน์ (ร้อยละ 53.33) และพักผ่อนรับประทานอาหาร (ร้อยละ 41.00)

ตารางที่ 4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	เพศ		รวม	χ^2	P-Value
	ชาย	หญิง			
คนเดียว	11.82	4.74	7.33	9.811	0.044*
ครอบครัว	44.55	37.89	40.33		
กลุ่มเพื่อน	28.18	39.47	35.33		
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	1.82	0.53	1.00		
ญาติพี่น้อง	13.64	17.37	16.00		
รวม	100.00	100.00	100.00		

หมายเหตุ: * เพศมีความสัมพันธ์กับตัวแปร

จากตารางที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

ตารางที่ 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการ เดินทางมา ท่องเที่ยว	อายุ					รวม	χ^2	P- Value
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป			
คนเดียว	0.00	5.26	1.23	20.45	17.02	7.33	80.287	<0.001*
ครอบครัว	30.77	26.32	50.62	50.00	46.81	40.33		
กลุ่มเพื่อน	34.62	61.84	32.10	9.09	23.40	35.33		
บริษัทนำเที่ยว เอกชน	0.00	0.00	2.47	0.00	2.13	1.00		
ญาติพี่น้อง	34.64	6.58	13.58	20.45	10.64	16.00		
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		

หมายเหตุ: * อายุมีความสัมพันธ์กับตัวแปร

จากตารางที่ 4.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการ เดินทางมา ท่องเที่ยว	รายได้				รวม	χ^2	P- Value
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป			
คนเดียว	5.80	9.76	7.41	7.69	7.33	13.161	0.357
ครอบครัว	35.51	42.68	40.74	57.69	40.33		
กลุ่มเพื่อน	36.23	35.37	33.33	34.62	35.33		
บริษัทนำเที่ยว							
เอกชน	0.72	1.22	1.85	0.00	1.00		
ญาติพี่น้อง	21.74	10.98	16.67	0.00	16.00		
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00		

จากตารางที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			รวม	χ^2	P- Value
	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี			
คนเดียว	7.63	6.15	10.26	7.33	9.479	0.303
ครอบครัว	46.56	35.38	35.90	40.33		
กลุ่มเพื่อน	28.24	39.23	46.15	35.33		
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	0.76	1.54	0.00	1.00		
ญาติพี่น้อง	16.79	17.69	7.69	16.00		
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00		

หมายเหตุ: * การศึกษามีความสัมพันธ์กับตัวแปร

จากตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว

ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

จำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัดระนอง	เพศ		รวม	χ^2	P-Value
	ชาย	หญิง			
ครั้งแรก	23.64	28.95	27.00	2.393	0.302
1 -2 ครั้ง	14.55	18.42	17.00		
มากกว่า 3 ครั้ง	61.82	52.63	56.00		
รวม	100.00	100.00	100.00		

จากตารางที่ 4.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดระนอง พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดระนองมากกว่า 3 ครั้ง

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

จำนวนครั้งที่ เดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัด ระนอง	ระดับการศึกษา			รวม	χ^2	P- Value
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี			
ครั้งแรก	19.08	33.85	30.77	27.00	15.802	0.003*
1 -2 ครั้ง	12.21	21.54	17.95	17.00		
มากกว่า 3 ครั้ง	68.70	44.62	51.28	56.00		
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00		

หมายเหตุ: * การศึกษามีความสัมพันธ์กับตัวแปร

จากตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดระนอง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดระนองมากกว่า 3 ครั้ง

4.3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

ในการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ได้ทำการศึกษาข้อคำถามต่างๆทั้งสิ้น 2 ปัจจัยคือ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองและปัจจัยที่

ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง รวม 20 ข้อคำถาม ซึ่งได้ผลการสำรวจออกมา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง	3.92	0.57	มาก
1. ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.31	0.72	มากที่สุด
2. ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.87	1.09	มาก
3. ความต้องการเพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน	4.30	0.70	มากที่สุด
4. ความต้องการต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	4.04	0.99	มาก
5. ความต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.20	0.90	มาก
6. ความต้องการเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ	3.02	1.08	ปานกลาง
7. ความต้องการเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.70	1.03	มาก
ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง	3.87	0.47	มาก
8. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำร้อน”	4.03	0.78	มาก
9. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.24	0.74	มากที่สุด
10. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.76	มาก
11. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.78	มาก
12. ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น	3.92	0.85	มาก
13. ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน	3.37	0.90	ปานกลาง
แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
14. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.07	0.73	มาก
15. ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	3.83	0.87	มาก
16. สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว (เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร)	3.52	0.95	มาก
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.94	0.70	มาก
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.92	0.77	มาก
19. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.94	0.74	มาก
20. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.43	0.90	มาก

จากตารางที่ 4.11 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.89 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัย พบว่า เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.87 ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 ปัจจัย

เมื่อพิจารณาลงไปในข้อความของ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว 3 อันดับแรก พบว่า ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (4.31) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน (4.30) อยู่ในระดับมากที่สุดและต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ (4.20) อยู่ในระดับมาก ส่วน 3 อันดับสุดท้ายคือ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว (3.87) อยู่ในระดับมาก เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน (3.70) อยู่ในระดับมาก และเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (3.02) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาลงไปข้อความของปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว 3 อันดับแรก พบว่า ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ (4.24) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.14) อยู่ในระดับมาก ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (4.07) อยู่ในระดับมาก ส่วน 3 อันดับสุดท้ายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น (3.52) อยู่ในระดับมาก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว (3.43) อยู่ในระดับมาก และความหลากหลายทางกิจกรรมภายในมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (3.37) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว	Mean	Factor loading	Cronbach's Alphas	Cumulative %
การบำบัดสุขภาพ	4.18		0.787	38.41
ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)		0.917		
ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่		0.853		
เพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน		0.650		
โอกาสพบปะผู้คน	3.36		0.648	57.18
เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ		0.864		
เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน		0.798		
พักผ่อนและสร้างผูกพัน	4.09		0.467	71.65
ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว		0.802		
ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ		0.704		

หมายเหตุ: * Cronbach's Alphas Total 0.711

จากตารางที่ 4.12 จากปัจจัยภายใน 7 ตัว การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) นั้น มีค่าความเชื่อมั่นของ 3 องค์ประกอบ มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alphas เท่ากับ 0.711 และในแต่ละองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (การบำบัดสุขภาพ) มีค่าเท่ากับ 0.787 (โอกาสพบปะผู้คน) มีค่าเท่ากับ 0.648 และ(พักผ่อนและสร้างผูกพัน) มีค่าเท่ากับ 0.467

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว	Mean	Factor loading	Cronbach's Alphas	Cumulative %
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	3.71		0.647	34.40
ระยะทางและเวลาในการเดินทาง		0.747		
สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น		0.672		
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว		0.612		
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว		0.473		
ความปลอดภัยและความคุ้มค่า	3.93		0.779	44.99
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน		0.845		
ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว		0.838		
ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		0.569		
กิจกรรมและความเป็นมิตร	3.73		0.670	54.38
ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น		0.744		
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว		0.714		
ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน		0.638		
ความเป็นธรรมชาติ	4.13		0.651	62.42
ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ		0.842		
ความมีชื่อเสียงของ "ธารน้ำแร่"		0.706		
ความเขียวสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว		0.641		

หมายเหตุ: * Cronbach's Alphas Total 0.835

จากตารางที่ 4.13 จากปัจจัยภายนอก 13 ตัว การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) นั้น มีค่าความเชื่อมั่นของ 4 องค์ประกอบ มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alphas เท่ากับ 0.835 และ

ในแต่ละองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (ความปลอดภัยและความคุ้มค่า) มีค่าเท่ากับ 0.779 (กิจกรรมและความเป็นมิตร) มีค่าเท่ากับ 0.670 (ความเป็นธรรมชาติ) มีค่าเท่ากับ 0.651 และ(สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ) มีค่าเท่ากับ 0.647

4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง ได้ทำการศึกษาคำถามต่าง ๆ ทั้งสิ้น 5 ด้าน รวม 25 ข้อคำถาม ซึ่งได้ผลการสำรวจออกมา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรั้ง จังหวัดระนอง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.09	0.53	มาก
1. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่ / บ่อน้ำร้อน”	4.09	0.76	มาก
2. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.33	0.66	มากที่สุด
3. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ	4.18	0.71	มาก
4. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.91	0.80	มาก
5. อัตราค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.95	0.87	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.64	0.67	มาก
1. ความสะอาดและความเพียงพอของห้องสุขาและห้องอาบน้ำในแหล่งท่องเที่ยว	3.48	0.99	มาก
2. พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.61	0.83	มาก
3. พื้นที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.97	0.76	มาก
4. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.80	0.85	มาก
5. การให้บริการร้านค้า / ร้านอาหาร / ร้านขายของที่ระลึก	3.32	0.94	ปานกลาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	SD	การแปลผล
ด้านคมนาคม	4.01	0.64	มาก
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังบ่อน้ำร้อน	4.13	0.75	มาก
2. ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม	4.01	0.81	มาก
3. การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย	4.09	0.74	มาก
4. ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน	3.97	0.77	มาก
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.85	0.81	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.45	0.70	มาก
1. มาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.67	0.86	มาก
2. สถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ	2.94	1.06	ปานกลาง
3. ศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.36	0.98	ปานกลาง
4. ป้ายเตือนภัยต่างๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.57	0.89	มาก
5. การจัดสภาพเส้นทางเดินให้ปลอดภัย	3.72	0.83	มาก
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.42	0.82	มาก
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ และสื่อประเภทต่างๆ	3.36	0.95	ปานกลาง
2. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.44	1.01	มาก
3. มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.11	1.06	ปานกลาง
4. มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.72	0.87	มาก
5. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ	3.48	1.14	มาก
เฉลี่ยรวม	3.72	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.14 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.72 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านทรัพยากร

แหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด คือ 4.09 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 4.01 (ระดับมาก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.64 (ระดับมาก) ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.45 (ระดับมาก) และด้าน โฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.42 (ระดับมาก)

4.5 การทดสอบสมมติฐานทั่วไป

สมมติฐานทั่วไปที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานเชิงสถิติที่ 1.1

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามเพศ

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง	3.88	3.94	-0.81	0.41
1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.34	4.29	0.53	0.59
2. ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.73	3.94	-1.64	0.10
3. เพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน	4.26	4.31	-0.53	0.59
4. ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	4.07	4.02	0.44	0.65
5. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.15	4.22	-0.63	0.52
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ	3.01	3.02	-0.02	0.98
7. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.55	3.77	-1.77	0.07

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง	3.80	3.91	-1.98	0.04*
8. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำร้อน”	4.03	4.03	0.05	0.95
9. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.24	4.24	-0.07	0.94
10. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.12	4.15	-0.35	0.72
11. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.88	3.91	-0.23	0.81
12. ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น	3.79	3.98	-1.90	0.05
13. ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน	3.25	3.42	-1.57	0.11
14. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.98	4.12	-1.64	0.10
15. ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	3.72	3.88	-1.50	0.13
16. สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการใน แหล่ง ท่องเที่ยว (เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร)	3.38	3.60	-1.97	0.05*
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.86	3.97	-1.30	0.19
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว	3.86	3.95	-0.98	0.32
19. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและ ทรัพย์สิน	3.89	3.96	-0.78	0.43
20. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.21	3.56	-3.26	0.00*
เฉลี่ยรวม	3.83	3.92	-1.75	0.08

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 เพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ พบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เพศที่ต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่ต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่ต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงงูใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามอายุ

แรงงูใจการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า	20 -	30 -	40 -	50 ปี	F	P- Value
	20 ปี	29 ปี	39 ปี	49 ปี	ขึ้นไป		
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง	4.08	3.74	3.95	3.86	4.04	3.70	0.006*
1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.45	4.30	4.23	4.25	4.37	0.89	0.467
2. ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	4.21	3.36	4.01	3.88	4.04	6.46	<0.001*
3. เพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน	4.11	4.18	4.34	4.44	4.46	2.61	0.035*
4. ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	3.98	3.72	4.02	4.25	4.46	4.88	0.001*
5. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.17	3.92	4.18	4.34	4.57	4.36	0.002*
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ	3.42	2.98	3.14	2.63	2.78	4.15	0.003*
7. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.18	3.70	3.72	3.29	3.47	5.21	<0.001*

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 ปี ขึ้น	F	P-Value
	ปี	ปี	ปี	ปี	ไป		
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อน รักษะวาริน และบ่อน้ำ ร้อนพรัง จังหวัดระนอง	3.95	3.80	3.86	3.84	3.92	0.95	0.43
8. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำ ร้อน”	4.02	3.88	4.12	4.02	4.15	1.27	0.28
9. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.29	4.01	4.24	4.38	4.43	3.20	0.01*
10. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว	4.02	4.10	4.18	4.18	4.21	0.58	0.67
11. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.98	3.84	4.00	3.79	3.84	0.83	0.50
12. ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลใน ท้องถิ่น	4.07	4.03	3.87	3.62	3.89	2.20	0.06
13. ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน	3.52	3.38	3.38	3.25	3.23	0.83	0.50
14. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	4.19	4.03	4.03	4.04	4.08	0.46	0.76
15. ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	3.95	3.80	3.65	3.93	3.93	1.49	0.20
16. สิ่งอำนวยความสะดวกของการ บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น	3.64	3.44	3.60	3.52	3.37	0.77	0.53
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	3.94	3.82	3.95	3.95	4.08	0.99	0.41
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.05	3.85	3.83	3.90	4.02	0.97	0.42
19. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อ ชีวิตและทรัพย์สิน	3.92	3.89	3.93	3.90	4.08	0.54	0.70
20. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	3.78	3.35	3.37	3.41	3.30	2.47	0.04*
เฉลี่ยรวม	4.00	3.78	3.89	3.85	3.96	2.31	0.05

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ มีความแตกต่างที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละกลุ่ม ($P < 0.05$) ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า เกือบทุกข้อคำถามมีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ข้อคำถาม ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า อายุที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.3390* (0.0010)	0.1276 (0.2045)	0.2181 (0.0599)	0.0386 (0.7337)
21-30 ปี		-	-0.2114* (0.0190)	-0.1209 (0.2563)	-0.3003* (0.0042)
31-40 ปี			-	0.0905 0.1051	-0.0889 0.3882
41-50 ปี				-	-0.1794 0.1285
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.8557* (0.0000)	0.2033 (0.2805)	0.3293 (0.1293)	0.1722 (0.4215)
21-30 ปี		-	-0.6523* (0.0001)	-0.5264* (0.0089)	-0.6835* (0.0006)
31-40 ปี			-	0.1260 (0.1970)	-0.0311 (0.8728)
41-50 ปี				-	-0.1571 (0.4794)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบเพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	-0.0666 (0.5949)	-0.2280 (0.0658)	-0.3242* (0.0241)	-0.3490* (0.0141)
21-30 ปี		-	-0.1615 (0.1443)	-0.2576 (0.0516)	-0.2825* (0.0305)
31-40 ปี			-	-0.0962 (0.1303)	-0.1210 (0.3469)
41-50 ปี				-	-0.0248 (0.8664)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด) จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.2600 (0.1392)	-0.0447 (0.7960)	-0.2700 (0.1749)	-0.4867 (0.0142)
21-30 ปี		-	-0.3047* (0.0487)	-0.5300* (0.0039)	-0.7467* (0.0000)
31-40 ปี			-	-0.2253 (0.1799)	-0.4420* (0.0139)
41-50 ปี				-	-0.2167 (0.2882)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.2554 (0.1095)	-0.0087 (0.9558)	-0.1724 (0.3444)	-0.3980* (0.0259)
21-30 ปี		-	-0.2641 (0.0609)	-0.4278* (0.0113)	-0.6534* (0.0001)
31-40 ปี			-	-0.1637 (0.1659)	-0.3893* (0.0163)
41-50 ปี				-	-0.2256 (0.2249)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.4333* (0.0251)	0.2719 (0.1527)	0.7836* (0.0004)	0.6374* (0.0033)
21-30 ปี		-	-0.1615 (0.3399)	0.3503 (0.0812)	0.2041 (0.3022)
31-40 ปี			-	0.5118* (0.0100)	0.3655 (0.0614)
41-50 ปี				-	-0.1462 (0.5111)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.4733* (0.0103)	0.4516* (0.0130)	0.8845* (0.0000)	0.7017* (0.0007)
21-30 ปี		-	-0.0217 (0.8927)	0.4112* (0.0319)	0.2284 (0.2256)
31-40 ปี			-	0.4329* (0.0222)	0.2501 (0.1784)
41-50 ปี				-	-0.1828 (0.3888)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.2810* (0.0333)	0.0472 (0.7163)	-0.0922 (0.5373)	-0.1407 (0.3414)
21-30 ปี		-	-0.2338* (0.0447)	-0.3732* (0.0070)	-0.4216* (0.0021)
31-40 ปี			-	-0.1395 (0.1359)	-0.1879 (0.1620)
41-50 ปี				-	-0.0484 (0.7520)
มากกว่า 50 ปี					-

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 20 ปี	-	0.4291* (0.0081)	0.4139* (0.0097)	0.3657* (0.0480)	0.4800* (0.0084)
21-30 ปี		-	-0.0151 (0.9154)	-0.0633 (0.7093)	0.0509 (0.7596)
31-40 ปี			-	-0.0482 (0.7741)	0.0660 (0.6880)
41-50 ปี				-	0.1143 (0.5454)
มากกว่า 50 ปี					-

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 กลุ่มอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17-4.25 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ พบว่า เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนองมีค่าเฉลี่ยของอายุ 21-30 ปี มีค่าต่ำสุด ซึ่งต่ำกว่าอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 51 ปีขึ้นไป และอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยวค่าเฉลี่ยของอายุ 21-30 ปี มีค่าต่ำสุดซึ่งต่ำกว่าทุกกลุ่มอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน ค่าเฉลี่ยของอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าต่ำสุด ซึ่งต่ำกว่าอายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอายุ 21-30 ปี แตกต่างจากอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด) ค่าเฉลี่ยของอายุ 21-30 ปี มีค่าต่ำสุด ซึ่งต่ำกว่าอายุ 51 ปีขึ้นไป อายุ 41 - 50 ปี และอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอายุ 51 ปีขึ้นไป แตกต่างจากอายุ 31-40 ปี และอายุต่ำกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ ค่าเฉลี่ยของอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าสูงสุดซึ่งสูงกว่าอายุ 31-40 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ

อายุ 41-50 ปี แตกต่างจากอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ ค่าเฉลี่ยของอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าสูงสุด ซึ่งสูงกว่าอายุ 21-30 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอายุ 31-40 ปี แตกต่างจากอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ยของอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าสูงสุด ซึ่งสูงกว่าทุกกลุ่มอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอายุ 41-50 ปี แตกต่างจากอายุ 31-40 ปี และอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ ค่าเฉลี่ยของอายุ 21-30 ปี มีค่าต่ำสุดซึ่งต่ำกว่าทุกกลุ่มอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยของอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าสูงสุดซึ่งสูงกว่าทุกกลุ่มอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.4

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	F	P- Value
	Mean	Mean	Mean	Mean		
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง	3.92	3.85	3.92	4.10	1.26	0.28
1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.35	4.26	4.24	4.38	0.57	0.63
2. ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.92	3.63	3.90	4.23	2.43	0.06
3. เพื่อสัมผัสความเป็นธารน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน	4.18	4.37	4.35	4.53	2.64	0.05*
4. ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	3.99	4.01	4.07	4.30	0.78	0.50
5. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.11	4.19	4.37	4.34	1.33	0.26
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ	3.16	2.77	2.96	3.11	2.38	0.06
7. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.75	3.64	3.58	3.80	0.50	0.68

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า	15,001 –	30,001 –	50,001 บาท	F	P- Value
	15,000 บาท	30,000 บาท	50,000 บาท	ขึ้นไป		
	Mean	Mean	Mean	Mean		
ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อน รักษะวาริน และบ่อน้ำ ร้อนพรัง จังหวัดระนอง	3.87	3.89	3.80	3.93	0.61	0.60
8. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำ ร้อน”	4.05	3.98	3.92	4.30	1.54	0.20
9. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.22	4.24	4.22	4.38	0.35	0.78
10. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว	4.08	4.18	4.13	4.30	0.74	0.52
11. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.90	3.93	3.90	3.76	0.31	0.81
12. ความเป็นมิตรไมตรีของบุคลากรใน ท้องถิ่น	3.98	3.81	3.90	3.92	0.68	0.56
13. ความหลากหลายทางกิจกรรม ภายใน	3.37	3.42	3.22	3.46	0.66	0.57
14. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	4.07	4.17	3.94	4.03	1.07	0.36
15. ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	3.91	3.81	3.58	3.88	1.94	0.12
16. สิ่งอำนวยความสะดวกของการ บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็น ต้น	3.61	3.48	3.33	3.57	1.20	0.31
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	3.91	4.00	3.86	4.03	0.62	0.60
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.88	3.98	3.85	4.03	0.65	0.58
19. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.82	3.98	4.13	4.03	2.57	0.05
20. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	3.49	3.38	3.38	3.38	0.35	0.78
เฉลี่ยรวม	3.89	3.87	3.84	3.99	0.68	0.56

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า เพื่อสัมผัสความเป็นชนวน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของ ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบเพื่อสัมผัสความเป็นชนวน้ำแร่ธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน จำแนกตามรายได้ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	-	-0.1852 (0.0581)	-0.1667 (0.1361)	-0.3533* (0.0179)
15,001 – 30,000 บาท		-	0.0185 (0.2824)	-0.1681 (0.1361)
30,001 – 50,000 บาท			-	-0.1866 (0.1561)
50,001 บาท ขึ้นไป				-

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างแรงงูใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า แรงงูใจเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน ค่าเฉลี่ยของรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป แตกต่างจากรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแรงงูใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแรงงูใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแรงงูใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา

แรงงูใจการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า	F	P- Value
	ปริญญาตรี	Mean	ปริญญาตรี		
	Mean	Mean	Mean		
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง	3.96	3.87	3.93	0.79	0.45
1.ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.30	4.28	4.43	0.67	0.51
2.ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว	3.95	3.75	3.97	1.29	0.27
3.เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน	4.26	4.26	4.53	2.71	0.06
4. ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)	4.03	3.99	4.20	0.69	0.49
5. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.24	4.13	4.30	0.79	0.45
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ	3.12	3.00	2.74	1.92	0.14
7. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.79	3.71	3.30	3.44	0.03*

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า	ปริญญา	สูงกว่า	F	P-Value
	ปริญญาตรี	ตรี	ปริญญาตรี		
	Mean	Mean	Mean		
ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง	3.86	3.87	3.85	0.03	0.96
8. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำร้อน”	4.05	3.98	4.12	0.59	0.55
9. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ	4.27	4.20	4.28	0.29	0.74
10. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	4.08	4.18	4.17	0.61	0.54
11. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.86	3.96	3.84	0.66	0.51
12. ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น	3.90	3.90	4.00	0.20	0.81
13. ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน	3.38	3.41	3.15	1.29	0.27
14. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.07	4.11	3.92	1.05	0.35
15. ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	3.86	3.81	3.74	0.31	0.73
16. สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น	3.52	3.52	3.51	0.00	0.99
17. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.93	3.91	4.02	0.37	0.68
18. ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.86	3.93	4.05	0.98	0.37
19. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	3.90	3.93	4.07	0.78	0.45
20. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.41	3.51	3.23	1.50	0.22
เฉลี่ยรวม	3.90	3.87	3.88	0.09	0.91

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษา มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05 เมื่อพิจารณาลงไปในการคำตอบของ เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาลงไปในการคำตอบของ ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.0837 (0.5130)	0.4892* (0.0095)
ปริญญาตรี		-	0.4055* (0.0311)
สูงกว่าปริญญาตรี			-

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 กลุ่มระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า แรงจูงใจเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าต่ำสุด ซึ่งต่ำกว่าทุกระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามเพศ

ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ชาย	หญิง	T	P-Value
	Mean	Mean		
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.04	4.11	-1.03	0.30
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.56	3.67	-1.47	0.14
ด้านคมนาคม	3.91	4.06	-2.05	0.04*
ด้านความปลอดภัย	3.31	3.52	-2.54	0.01*
ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร	3.23	3.53	-3.12	0.00*
เฉลี่ยรวม	3.61	3.78	-2.79	0.00*

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 เพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ พบว่าค่าเฉลี่ยรวม มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย และด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามอายุ

ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 - 39 ปี	40 - 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป	F	P-Value
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.14	3.99	4.11	4.01	4.20	1.61	0.17
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.83	3.58	3.66	3.56	3.51	1.81	0.12
ด้านคมนาคม	4.02	3.87	4.01	4.11	4.09	1.32	0.26
ด้านความปลอดภัย	3.70	3.49	3.41	3.41	3.20	3.49	0.00*
ด้านโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.89	3.40	3.37	3.24	3.17	6.56	<0.00*
เฉลี่ยรวม	3.92	3.67	3.71	3.67	3.63	2.62	0.03*

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่าค่าเฉลี่ยรวม มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า อายุที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ยรวม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี		0.2507* (0.0065)	0.2059* (0.0235)	0.2499* (0.0171)	0.2841* (0.0059)
21 - 30 ปี		-	-0.0449 (0.5812)	-0.0009 (0.9929)	0.0333 (0.7244)
31 - 40 ปี			-	0.0440 (0.6445)	0.0782 (0.4027)
41 - 50 ปี				-	0.0342 (0.7490)
51 ปีขึ้นไป					-

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบด้านความปลอดภัยจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.2176 (0.0791)	0.2935* (0.0167)	0.2941* (0.0373)	0.5034* (0.0003)
21 - 30 ปี		-	0.0759 (0.4888)	0.0765 (0.5566)	0.2859* (0.0255)
31 - 40 ปี			-	0.0006 (0.9965)	0.2099 (0.0962)
41 - 50 ปี				-	0.2094 (0.1468)
51 ปีขึ้นไป					-

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.4869* (0.0007)	0.5233* (0.0002)	0.6496* (0.0001)	0.7259* (0.0000)
21 - 30 ปี		-	0.0364 (0.7724)	0.1626 (0.2760)	0.2390 (0.1026)
31 - 40 ปี			-	0.1262 (0.3921)	0.2026 (0.1611)
41 - 50 ปี				-	0.0764 (0.6438)
51 ปีขึ้นไป					-

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 กลุ่มอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32-4.34 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่า เฉลี่ยรวม ค่าเฉลี่ยของอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าสูงสุด ซึ่งสูงกว่าทุกกลุ่มอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยของอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าต่ำสุด ซึ่งต่ำกว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างจากอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ยของอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าสูงสุด ซึ่งสูงกว่าทุกกลุ่มอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.3

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรวัง จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรวัง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ผู้ไม่ได้	ผู้ใช้	อาชีพ	เจ้าของ	ผู้ประกอบการ	F	P- Value
	ประกอบ	ทักษะ	เกษตร	กิจการและ	การอาชีพ		
	อาชีพ	แรงงาน	กรรม	ผู้บริหาร	ระดับสูง		
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.12	4.09	3.94	3.96	4.26	3.03	0.01*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	3.60	3.58	3.60	3.57	0.54	0.70
ด้านคมนาคม	4.02	3.97	4.06	3.92	4.12	0.80	0.52
ด้านความปลอดภัย	3.47	3.50	3.52	3.39	3.41	0.31	0.86
ด้านโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.56	3.39	3.50	3.33	3.27	1.44	0.21
เฉลี่ยรวม	3.78	3.71	3.72	3.64	3.73	0.77	0.54

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจอย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพ มีความแตกต่างที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
แหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ ที่ 0.05 ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า อาชีพที่ต่างกัน
มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อน
พริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ผู้ใช้ทักษะแรงงาน	อาชีพเกษตรกรรม	เจ้าของกิจการและผู้บริหาร	ผู้ประกอบการอาชีพระดับสูง
ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-	0.0284 (0.7502)	0.1771 (0.1756)	0.1635* (0.0389)	-0.1395 (0.1228)
ผู้ใช้ทักษะแรงงาน		-	0.1488 (0.2886)	0.1351 (0.1504)	-0.1678 (0.1056)
อาชีพเกษตรกรรม			-	-0.0137 (0.9187)	-0.3166* (0.0252)
เจ้าของกิจการและผู้บริหาร				-	-0.3030* (0.0016)
ผู้ประกอบการอาชีพระดับสูง					-

หมายเหตุ: * ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2 กลุ่มอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี LSD ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.36 เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ พบว่า ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยของอาชีพเกษตรกรรมมีค่าต่ำสุด ซึ่งอาชีพผู้ประกอบการอาชีพระดับสูงและผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	F	P-Value
	Mean	Mean	Mean	Mean		
ด้านทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยว	4.07	4.11	4.04	4.19	0.57	0.63
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.65	3.67	3.45	3.75	1.75	0.15
ด้านคมนาคม	3.97	4.102	3.92	4.06	1.09	0.35
ด้านความปลอดภัย	3.48	3.47	3.33	3.43	0.70	0.55
ด้านโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร	3.52	3.41	3.24	3.28	1.89	0.13
เฉลี่ยรวม	3.74	3.75	3.59	3.74	1.29	0.276

จากตารางที่ 4.37 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่าเฉลี่ยรวม ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยง	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	F	P-Value
	Mean	Mean	Mean		
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.09	4.06	4.17	0.75	0.47
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.67	3.61	3.57	0.48	0.61
ด้านคมนาคม	3.99	4.01	4.04	0.13	0.87
ด้านความปลอดภัย	3.48	3.46	3.29	1.13	0.32
ด้านโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	3.53	3.36	3.24	2.53	0.08
เฉลี่ยรวม	3.75	3.70	3.66	0.58	0.55

จากตารางที่ 4.38 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ไม่มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

บทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

5.1.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

5.1.3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

5.1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน

5.1.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว สามารถสรุปผลได้ดังนี้ เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย (ร้อยละ 63.33) และ (ร้อยละ 36.67) ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 27.00) เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ มากที่สุด (ร้อยละ 34.00) เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 46.00) เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มากที่สุด (ร้อยละ 43.67) เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนาพบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ภาคใต้ มากที่สุด (ร้อยละ 63.33) เมื่อจำแนกตามสถานภาพทางการสมรสพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด มากที่สุด (ร้อยละ 51.67)

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง สรุปผลได้ดังนี้ เมื่อจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด (ร้อยละ 40.33) เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนองพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 3 ครั้งมากที่สุด (ร้อยละ 56.00) เมื่อจำแนกตามการรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลมากที่สุด (ร้อยละ 72.00) เมื่อจำแนกตามกิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อนมากที่สุด (ร้อยละ 86.33)

ความแตกต่างระหว่างเพศกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เพศมีความแตกต่างกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างอายุกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมีความแตกต่างกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างรายได้กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า รายได้ไม่มีความแตกต่างกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างการศึกษา กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาไม่มีความแตกต่างกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างเพศ กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง พบว่า เพศไม่มีความแตกต่างกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง พบว่า อายุไม่มีความแตกต่างกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง พบว่า รายได้ไม่มีความแตกต่างกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความแตกต่างระหว่างการศึกษา กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง พบว่า การศึกษามีความแตกต่างกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.1.3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง

แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง สรุปได้ว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.89 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา ลงไปในแต่ละปัจจัย พบว่า เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.87 ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 ปัจจัย เมื่อพิจารณาลงไปในข้อคำถามของเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว 3 อันดับแรก พบว่า ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (4.31) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน (4.30) อยู่ใน

ระดับมากที่สุดและต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ (4.20) อยู่ในระดับมาก ส่วน 3 อันดับสุดท้ายคือ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว (3.87) อยู่ในระดับมาก เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน (3.70) อยู่ในระดับมากและเพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (3.02) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาลงในข้อคำถามของ ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว 3 อันดับแรก พบว่า ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ (4.24) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.14) อยู่ในระดับมาก, ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (4.07) อยู่ในระดับมาก ส่วน 3 อันดับสุดท้ายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น (3.52) อยู่ในระดับมาก, การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว (3.43) อยู่ในระดับมาก และ ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (3.37) อยู่ในระดับปานกลาง

จากปัจจัยภายใน 7 ตัว การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) นั้น มีความเชื่อมั่นของ 3 องค์ประกอบ มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alphas เท่ากับ 0.711 และในแต่ละองค์ประกอบ มีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (การบำบัดสุขภาพ) มีค่าเท่ากับ 0.787 (โอกาสพบปะผู้คน) มีค่าเท่ากับ 0.648 และ(พักผ่อนและสร้างสุขภาพ) มีค่าเท่ากับ 0.467

จากปัจจัยภายนอก 13 ตัว การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) นั้น มีความเชื่อมั่นของ 4 องค์ประกอบ มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronach's Alphas เท่ากับ 0.835 และในแต่ละองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ (ความปลอดภัยและความคุ้มค่า) มีค่าเท่ากับ 0.779 (กิจกรรมและความเป็นมิตร) มีค่าเท่ากับ 0.670 (ความเป็นธรรมชาติ) มีค่าเท่ากับ 0.651 และ(สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ) มีค่าเท่ากับ 0.647

5.1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรังจังหวัดระนอง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ สรุปได้ว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.72 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาลงในแต่ละด้าน พบว่า ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.09 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 4.01 (ระดับมาก), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.64 (ระดับมาก) ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.45 (ระดับมาก) และ ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.42 (ระดับมาก)

5.1.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพทางการสมรส ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เพศ อายุ และ อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพทางการสมรส ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 การอภิปรายผล

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง ส่วนใหญ่ทราบหรือรู้จักข้อมูลจากการแนะนำของบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและความสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (กรรณิกา พิมลศรี, 2547 : 13) กล่าวว่า การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก หรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ พฤติกรรมด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบและพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แหล่ง ทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลจึงเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า การแนะนำหรือบอกเล่าของบุคคลมีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะคิดต่อ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แหล่ง

2. การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวต่อบ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แหล่ง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อบำบัดสุขภาพ เนื่องจากจังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีแร่ธาตุได้พิภพที่เต็มไปด้วยประโยชน์ต่อมนุษย์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ธาตุน้ำแร่ จึงเหมาะที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (อ้างในอำพรธณ รัตนาปณี, 2550 : 13) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจในด้านการบำบัดสุขภาพจัดอยู่ในลำดับความต้องการขั้นที่ 1 คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological needs) ซึ่งการบำบัดสุขภาพถือได้ว่าเป็นการรักษาโรคและเป็นการพักผ่อน จึงเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

3. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง พบว่า มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แหล่งที่แตกต่างกันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความบริสุทธิ์ของธาตุน้ำแร่ธรรมชาติ เนื่องด้วยศักยภาพของจังหวัดระนองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ติดระดับโลกทั้งในเรื่องของน้ำแร่ร้อนธรรมชาติจึงเป็นจุดขายของจังหวัดระนอง แต่ด้วยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนบุคคล ดังนั้นความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แหล่งอาจแตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายๆเรื่อง (ชัชวาล นิธิพิพัฒโกศล, 2547) และ (อัศวิน แสงพิกุล, 2552)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรต่างๆและหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยว การให้บริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง เมื่อจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว เดินทางมามากกว่าสามครั้ง โดยทราบหรือรู้จักแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวจากการแนะนำของบุคคลและกิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง พบว่า อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน มากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ควรส่งเสริมผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อความทันสมัย อันได้แก่ อินเทอร์เน็ต ทีวี นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มากที่สุด

2. การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรังนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อบำบัดสุขภาพ อันได้แก่ แช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ(ธรรมชาติบำบัด) ผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ และสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน ส่วนการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้กับความหลากหลายทางกิจกรรมของบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรังนั้นยังมีอยู่น้อย ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเน้นบำบัดสุขภาพเพื่อเป็นช่องทางในการสนับสนุนตลาดท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันและควรส่งเสริมความหลากหลายของกิจกรรม เช่น เพิ่มจุดออกกำลังกาย นอกจากการอาบน้ำแร่ และควรจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และผลักดันการท่องเที่ยวของบ่อน้ำร้อนต่อไป

3. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรัง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด อันได้แก่ ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ ส่วนด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร อันได้แก่ การจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยวนั้น ถือว่ายังมีอยู่น้อย ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเพิ่มจุดบริการข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการตลาด และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ บ่อน้ำร้อนทั้ง 2 แห่ง ให้คงเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไป

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่ายังมีสิ่งที่ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนั้นผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้คือ

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของสถานที่บ่อน้ำร้อนในแหล่งอื่นๆ ที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร และควรศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดระนอง เพื่อจะได้รับทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าชอบสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใด และควรที่จะผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อความทันสมัยแต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้

2. ควรมีการส่งเสริมและรักษาตลาดการท่องเที่ยว และสนับสนุนตลาดท่องเที่ยวใหม่ โดยการใช้สื่อเพื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มากที่สุด อัน

ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ทิว นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว ฯลฯ และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาในส่วนของศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนอง ควรศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งจังหวัดระนอง

กรม
การ
การ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานประจำปี 2441 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____ . (2543). คือถิ่นฐาน คือบ้านเรา อบต. กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แปลน โมทีฟ.

กันยา สุวรรณแสง. (2544). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.

คนัย เทียนพุด. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บู๊เบง.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และประสาน หอมพุด. (2535). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

ประโมชรอดจรัส. (2549). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิบูลย์ ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). จิตวิทยาบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

เลิศพร ภาระสกุล. (2540). เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

วรรณ วังศ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ :

วิรัตน์ เอ็ดดุกะซัน.

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. (2541). ความพึงพอใจ. กรุงเทพฯ: มิตรสยาม.

วาสนา อ่องเอี่ยม. (2546). เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิมลสิทธิ์ หยางรุกร. (2526). พฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อม: มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการ

ออกแบบและวางแผน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรัณย์ คำวิสุข. (2546). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.

สาขาวิชาการท่องเที่ยว.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัย. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2540). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนด
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมยศ นาวิการ. (2536). การบริหารพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.
- สมวงศ์ พงศสถาพร. (2546). Service Marketing. กรุงเทพฯ: นัทธิ์พับลิค
- สุริรัตน์ เดชาทวิวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสริย์ วิงส์ไพจิตร. (2534). จุดหักเหของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการ
นิเวศวิทยาทางการเมือง. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว. (2548). ข้อมูลป้อนน้ำร้อนพรรั้ง. จังหวัดระนอง: สำนักบริหารพื้นที่
อนุรักษ์ที่ 4.
- อารี พันธุ์มณี. (2546). จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: ไชยโหม เอ็ดดูเคท.

วิทยานิพนธ์

- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่ผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัด
เพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กาญจนา สุภรณ์. (2543). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการฝึกอบรมกับผลการ
ปฏิบัติงานของพนักงานระดับหัวหน้าแผนก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- คะเนิงรัตน์ คำมณี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริม

- การเกษตรสหกรณ์โคนมหนองโพ ราชบุรีจำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์). วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คณิต เขียววิชัย. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉันทชนก ไชยสมบูรณ์. (2552). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. พิษณุโลก.
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชัชวาล นิธิพิพัฒน์โกศล. (2547). วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
เชียงราย. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธ์. (2545). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรม การ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรวัฒน์ บุตุตะโยธี. (2551). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมือง
โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. สาขาวิชา การจัดการ.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรารัง แพนสมบูรณ์. (2548). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในสวนอุทยานผางาม จังหวัดเลย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประภาศรี เขิกขุนทด. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
วัดพระเชตุพนมจักรวาล (วัดโพธิ์). วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เปี่ยมรัก จัทรธนาเสนีย์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม
ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. เชียงใหม่ .
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
- พรรณทิพย์ กาลธินันท์. (2543). การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายบริการ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัฒน์ชัย ชูมาก. (2544). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย :
กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารัชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ลักษณะ พัฒน์คำ. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็น อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ. (2547). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุกัญญา เจริญศรี. (2549). การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ใน 6 จังหวัด ภาคใต้ฝั่งอันดามัน หลังจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุคนธ์ธาร สุระเดชพิภพ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสน อำเภอเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุภัททา ปิณฑะแพท. (2542). แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการจัดการเรียนการสอนในระบบกลุ่มใหญ่ : ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเรียนและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในการเรียนระบบกลุ่มใหญ่สวนสุนันทา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อรุณ ธรรมคุณ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2553, แหล่งที่มาจาก http://www.dopa.go.th/stat/y_stat.html.

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2551-2553). สำนักอุทยานแห่งชาติ ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก

http://park.dnp.go.th/visitor/nationparkshow.php?PTA_CODE=1046.

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฐานข้อมูลความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยว. (2005) สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. แหล่งที่มาจาก

http://ranong.most.go.th/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=28.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2554.

แหล่งที่มาจาก www.tourism.go.th.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2554.

แหล่งที่มาจาก www.thai.tourismthailand.org.

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย. (2553). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจากจาก <http://www.holidaythai.com>

นิตย โอ้ยเต็กเค่ง. (2551). หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.thannews.th.com/detailNews.php?id=R5322461&issue=2418>

บริษัท ไทยทัวร์ อินโฟ จำกัด. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553. แหล่งที่มาจาก

http://www.thai-tour.com/south/ranong/data/place/pic_kra_isthmus.htm.

ประจักษ์ สุวรรณภักดี. (2532). เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง "แรงจูงใจในการทำงานของข้าราชการไทย ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรมการปกครองใน ส่วนกลาง." กรุงเทพมหานคร : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2555.

แหล่งที่มาจาก <http://pirun.ku.ac.th>.

วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2554. แหล่งที่มาจาก

<http://www.estudytourism.com/TourismJournal/TourismModelInthailand.pdf>.

จันทร์จิรา โพธิ์ทอง. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปประเทศภูฏาน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. การจัดการการตลาด. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc>.

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2548). การตรวจสอบเครื่องมือ. สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.wbc.msu.ac.th>.

ศูนย์สารสนเทศเพื่อการบริหารและงานปกครอง. "ข้อมูลการปกครอง" กรมการปกครอง

กระทรวงมหาดไทย. สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.dopa.go.th/padmic/jungwad76/jungwad76.html>

สมยศ นาวิการ. (2539). ทฤษฎีองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด (มหาชน). สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2555.

แหล่งที่มาจาก <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=1895.0;wap2>

เสาวภา มีถาวรกุล. (2552). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สาขาการตลาด. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2555. แหล่งที่มาจาก <http://tdc.thailis.or.th>.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2555.

แหล่งที่มาจาก <http://suratts.com/surat/index.php?topic=17.0>

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจังหวัดระนอง. (2008). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก http://rng.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=87.

องค์กรท่องเที่ยวโลก. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2554.

แหล่งที่มาจาก www.unwto.org.

อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/default.asp?npid=77&lg=1>.

ภาษาอังกฤษ

BOOKS

Kotler, Philip and Hamlin, Michael Alan. (2002). Marketing Asian Places : Attracting investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations. New York : Wiley.

Kotler, Philip et al. (2000). Marketing for Hospitality and Tourism. New Jersey : PrenticeHall.

Shelly, Maynard W. 197. Responding to Social Change. Pennsylvania : Dowden Hutchinson.

Swabrooke, John and Horner, Susan. (1999). Consumer Behavior in Tourism. New Delh : Bulth-Heinemann.

ELECTRONIC SOURCES

Moohin.com.com. (2010). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.moohin.com/064/064k001.shtml>.

Ranong Thai.com. (2008). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.ranongthai.com.html>.

Toursabuy. (2010). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2553.

แหล่งที่มาจาก <http://www.toursabuy.com/kohpayam.asp>.

รูปภาพแหล่งท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2555

แหล่งที่มาจาก : <http://www.ranongvariety.com> , <http://ranong.most.go.th> ,

<http://ranong.most.go.th> , <http://www.travelbestforyou.com> ,

<http://www.bloggang.com> , <http://www.travelbestforyou.com> ,

<http://travel.upyim.com> ,



ภาคผนวก





เฉพาะเจ้าหน้าที่

หมายเลขแบบสอบถาม [] [] []

แบบสอบถาม

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง

คำชี้แจงการตอบแบบสอบถาม

- แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ส่วน คือ
 - สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง
 - ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง
- ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จากท่านทั้งหมดจะเป็นความลับและนำเสนอผลการศึกษาโดยรวมเท่านั้น
ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วิกิเนีย มายอร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

.....

ตอนที่ 1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. แหล่งที่ทำการสัมภาษณ์

1. บ่อน้ำร้อนพรั้ง

2. บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

2. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

3. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 21 - 30 ปี

3. 31 - 40 ปี

4. 41 - 50 ปี

5. 51 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

1. ผู้ไม่ได้ทำงานประจำ (นักเรียน, นักศึกษา, แม่บ้าน ฯลฯ)

2. ผู้ใช้ทักษะ แรงงาน (พนักงานบริษัท, พนักงานโรงงาน, พนักงานก่อสร้าง ฯลฯ)

3. อาชีพเกษตรกรรม (เกษตรกร, เลี้ยงสัตว์, ประมง ฯลฯ)

4. เจ้าของกิจการและผู้บริหาร (ธุรกิจส่วนตัว, ผู้บริหาร, นักธุรกิจ ฯลฯ)

5. ผู้ประกอบการอาชีพระดับสูง (ทันตแพทย์, วิศวกร, นักวิชาการ, นักกฎหมาย ฯลฯ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท

2. 15,001 – 30,000 บาท

3. 30,001 -50,000 บาท

4. 50,001 บาทขึ้นไป

6. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

7. ภูมิลำเนา

1. กรุงเทพมหานคร

2. ภาคกลางอื่นๆ ที่ไม่ใช่ กทม.

3. ภาคเหนือ

4. ภาคตะวันออก

5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6. ภาคใต้

8. สถานภาพทางการสมรส

1. โสด

2. สมรส

3. หย่า, แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อน
พริ้ง จังหวัดระนอง

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> 1. คนเดียว | <input type="radio"/> 2. ครอบครัว |
| <input type="radio"/> 3. กลุ่มเพื่อน | <input type="radio"/> 4. บริษัทนำเที่ยวเอกชน |
| <input type="radio"/> 5.ญาติพี่น้อง | |

2. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> 1. ครั้งแรก | <input type="radio"/> 2. 1 -2 ครั้ง | <input type="radio"/> 3. มากกว่า 3 ครั้ง |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|

3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งได้อย่างไร
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> 1. อินเทอร์เน็ต | <input type="radio"/> 2. เอกสารการท่องเที่ยว |
| <input type="radio"/> 3. โฆษณา / ประชาสัมพันธ์ | <input type="radio"/> 4. การแนะนำของบุคคล |
| <input type="radio"/> 5. สารคดีการท่องเที่ยว | <input type="radio"/> 6. อื่นๆ ระบุ..... |

4. กิจกรรมที่ท่านทำในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> 1. อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน | <input type="radio"/> 2. อบไอน้ำร้อน |
| <input type="radio"/> 3. นวดสปา | <input type="radio"/> 4. ชมวิวทิวทัศน์ |
| <input type="radio"/> 5. เดินออกกำลังกาย | <input type="radio"/> 6. ซ้อมของฝาก |
| <input type="radio"/> 7. พักผ่อน/รับประทานอาหาร | <input type="radio"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ตอนที่ 3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและ
บ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

เหตุผลที่ท่านเดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
2	ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว					
3	เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของบ่อน้ำร้อน					
4	ต้องการแช่น้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ (ธรรมชาติบำบัด)					
5	ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่					
6	เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ					
7	เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					
ปัจจัยใดที่ดึงดูดให้ท่านมาบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8	ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่/บ่อน้ำร้อน”					
9	ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ					
10	ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว					
11	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
12	ความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น					
13	ความหลากหลายทางกิจกรรมภายใน					
14	ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
15	ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง					
16	สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น					
17	ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
18	ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
19	สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
20	การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่มีต่อบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน
และบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับกรเห็นด้วยของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดระนอง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความมีชื่อเสียงของ “ธารน้ำแร่ / บ่อน้ำร้อน”					
2. ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ					
3. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ					
4. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
5. อัตราค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ความสะอาดและความเพียงพอของห้องสุขาและ ห้องอาบน้ำในแหล่งท่องเที่ยว					
2. พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
3. พื้นที่จอดรถสะดวกและเพียงพอสำหรับ นักท่องเที่ยว					
4. ความเพียงพอของพื้นที่นั่งพักผ่อน หย่อนใจ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
5. การให้บริการร้านค้า / ร้านอาหาร / ร้านขายของที่ ระลึก					
3. ด้านคมนาคม					
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังบ่อน้ำร้อน					
2. ระยะเวลาในการเดินทางเหมาะสม					
3. การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย					
4. ป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน					
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					

ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดระนอง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. ด้านความปลอดภัย					
1. มาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
2. สถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ					
3. ศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
4. ป้ายเตือนภัยต่างๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
5. การจัดสภาพเส้นทางเดินให้ปลอดภัย					
5. ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร					
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการ ท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ และสื่อประเภทต่างๆ					
2. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูล ทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ไว้บริการนักท่องเที่ยว					
4. มีป้ายสื่อความหมายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
5. มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ					

ขอบขอบคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาววิคิเนีย มายอร์

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
สาขาทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2550