



ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผล  
ต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี

อารีรัตน์ วัชรโยธินกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2560

ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผล  
ต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี

อารีรัตน์ วัชรโยธินกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2560

**Foreign Tourists Expectations and dimensions of satisfaction towards**

**KohLan Island in Chonburi Affecting their Revisit Intention**

**Areerath Watcharayothikul**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the**

**Degree of Master of Arts Program in Tourism Management Faculty**

**of Tourism and hospitality, Dhurakij Pundit University**

**2017**

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อกรกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้เขียน	อารีรัตน์ วัชร โยธินกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล
สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมและการแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่น โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อวัดกลุ่มปัจจัยแห่งความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่น

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นเพศชาย มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา มีอาชีพ เสมียนและพนักงาน มีรายได้ต่อปี 15,001 – 20,000 เหรียญสหรัฐ มีสถานภาพสมรสและโสดเท่าๆกัน จัดการเดินทางด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืนส่วนที่พักจะพักอยู่ในพัทยา 2 วัน ในด้านของปัจจัยความคาดหวังจากเกาะล้าน นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านความสะดวกปลอดภัยในการเดินทาง 2) ปัจจัยด้านที่พักและพนักงาน 3) ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 4) ปัจจัยด้านทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว 5) ปัจจัยด้านความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะ ในส่วนของปัจจัยความพึงพอใจผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเกาะล้านใน 6 ด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยได้แก่ 1) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัย 3) ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 4) ปัจจัยด้านที่พัก

5) ปัจจัยด้านพนักงานและราคาและ 6) ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรม ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความเป็นไปได้ที่จะแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่นพบว่า ความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}= 4.85$ ) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน พบว่าปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ที่จะแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่นเรียงตามลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Beta ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 2) ปัจจัยด้านพนักงานและราคา 3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5) ปัจจัยด้านที่พักและ 6) ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรม สำหรับปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ 1) ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 2) ปัจจัยด้านพนักงานและราคา 3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5) ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรม 6) ปัจจัยด้านที่พัก

คำสำคัญ : มิติความพึงพอใจ ปัจจัยความพึงพอใจ

Thesis Title	Foreign Tourists Expectations and Intentions of Satisfaction towards Koh Larn Island in Chonburi Affecting their Revisit Intention
Author	Areerath Watcharayothinkul
Thesis Advisor	Associate Professor Doctor Leartporn Parasakul
Department	Tourism Management
Academic Year	2017

### ABSTRACT

The purpose of this research was to study the satisfaction factors of foreign tourists visiting Koh Larn tourism, Banglamung Chonburi province and to study the satisfaction factors that influence the likelihood of introducing Koh Larn to others. Questionnaires were used as research tools to collect data from 400 tourist samples visiting Koh Larn island. The statistics employed were percentage, mean, standard deviation, comparing the satisfaction with t-test and F-test. Factor Analysis was used to identify the underlying factors of satisfaction. Multiple regression analysis was employed to examine the impact and relative importance of factors of satisfaction in contributing to the likelihood of introducing Koh Larn to others.

The study found that most of the tourists from East Asia were male, aged between 25 and 34 years old, with annual income of \$ 15,001 - \$ 20,000. The percentage of the single respondents and married ones was equal. Nearly all of them were FITs. Most tourists did not stay overnight. The average length of stay was for 2 days. As to the expectation of tourists towards Koh Larn Island, the tourists' expectations were classified into 5 dimensions as follows: 1) convenience of accessibility 2) accommodation and staff 3) food and local people 4) tourism resources 5) cleanliness and beauty of the beaches. Factor analysis revealed six factor groupings: 1) the island environment 2) safety 3) food and local people 4) accommodation 5) staff and price and 6) boat crew and activities. As to passing the experience by word of mouth, most respondents were most likely to pass word of mouth ( $\bar{X}$  4.85). Multiple regression analysis revealed that all six factors of satisfaction remained significant in the equation with a different value of the beta coefficients. In order of importance, the main factors affecting the likelihood to pass word of mouth were 1) food and local people 2) staff and price 3) the island environment 4) safety 5) accommodation

and 6) boat crew and activities. The factors affecting the overall satisfaction were 1) food and local people 2) staff and price 3) the island environment 4) safety 5) boat crew and activities 6) accommodation.

**Keywords:** satisfaction dimensions Satisfaction factor



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ ผู้วิจัย ทั้งยังตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล ผู้อำนวยการหลักสูตร ขอขอบพระคุณ ท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์เชียง เกาฉิต ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติในการวิจัย ที่ช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ในหลักสูตรทุกท่านที่ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย และขอบคุณนักท่องเที่ยวต่างชาติทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาหรือเป็นข้อมูล ประกอบการศึกษาในอนาคตต่อไป

อารีรัตน์ วัชรโยธินกุล



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	๖
กิตติกรรมประกาศ .....	๗
สารบัญตาราง .....	๘
สารบัญภาพ .....	๘
สารบัญแผนภูมิ .....	๘
<b>บทที่</b>	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	10
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	11
1.5 ปัญหาการวิจัย.....	11
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	12
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
1.8 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	12
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.3 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ.....	33
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)	หน้า
บทที่	
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี.....	45
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี.....	47
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	49
4.5 การวิเคราะห์การทดอຍเชิงซ้อนปัจจัย ความพึงพอใจด้านต่างๆของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ.....	51
4.6 การวิเคราะห์การทดอຍเชิงซ้อนปัจจัยความพึง พื่อใจด้านต่างๆของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจ.....	54
4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ...	54
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาค ที่แตกต่างกัน .....	57
4.9 การวิเคราะห์การทดอຍเชิงซ้อนปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีผลต่อการ แนะนำต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวเกาะล้าน .....	59
4.10 การวิเคราะห์การทดอຍเชิงซ้อนปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพล ต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว .....	64
5. สรุปผลการศึกษา.....	68
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	69
5.2 อภิปรายผล.....	72
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษา.....	73
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้เขียน.....	100

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการท่องเที่ยว จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียง.....	2
4.1	แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4.2	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี.....	45
4.3	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี.....	47
4.4	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี....	49
4.5	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี.....	51
4.6	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี.....	54
4.7	การทดสอบสมมติฐานความคาดหวังด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว.....	54
4.8	ความคาดหวังต่างๆของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว.....	57
4.9	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการแนะนำผู้อื่น.....	59
4.10	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	64

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเกาะล้าน.....	3
1.2	แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน.....	4
1.3	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	12



สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
4.1 อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจทั้ง 6 ด้านที่มีต่อการบอกต่อ.....	63
4.2 อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจทั้ง 6 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อ ประสบการณ์ท่องเที่ยว.....	67



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีความยาวชายฝั่ง 2,800 กิโลเมตร และมีพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางทะเลถึง 350,000 ตารางกิโลเมตร (ถนนอม เจริญลาภ: 2550) ทำให้คนไทยมีการใช้ประโยชน์จากทะเลหลายประเภททั้งในระดับพื้นบ้านและในระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ผลประโยชน์ของชาติทางทะเลของไทยจึงมีมูลค่าโดยรวมไม่ต่ำกว่า 7.5 ล้านล้านบาท โดยที่มูลค่านี้เกิดจากการใช้ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ในรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ทรัพยากรทางทะเลจึงมีความสำคัญในฐานะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการประกอบอาชีพด้านต่างๆ อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรทางทะเลของประเทศไทยแม้จะมีความหลากหลายแต่ก็มีข้อจำกัดของการใช้ เพราะทรัพยากรบางชนิดไม่สามารถสร้างขึ้นมาทดแทนใหม่ได้ทันที แต่ต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟู บางชนิดก็ใช้แล้วหมดไปประกอบกับกิจกรรมต่างๆ ในทะเล และชายฝั่งที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทำให้มีการใช้ทรัพยากรทางทะเลอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการรองรับตามธรรมชาติเสื่อมถอยลง จนเป็นเหตุให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางทะเล นอกจากนี้ปัญหาที่เกิดกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมโดยตรงแล้วยังจะมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่จำเป็นต้องใช้หลักการประสานงานระหว่างหน่วยงานเข้าด้วยกัน รวมทั้งความสนใจและใส่ใจของผู้เกี่ยวข้องทุกคนในการที่จะปฏิบัติหน้าที่การงานของตน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้เบื้องต้น และข้อมูลสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยซึ่งพื้นที่ดังกล่าวมีทรัพยากรทางทะเลและมีชายหาดที่สวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลของภาคใต้ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ และในส่วนของการท่องเที่ยวทางทะเลด้านตะวันออกของไทยก็มีการเจริญเติบโตสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นเช่นกันรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกในปี พ.ศ.2556 มีรายได้รวมถึง 151,826 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2555 มีรายได้รวม 137,982.35 ล้านบาท มีรายได้เพิ่มขึ้น

13,843.64 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.30 ซึ่งในปี พ.ศ. 2556 จังหวัดชลบุรีมีอัตราการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงมากขึ้นสูงสุดร้อยละ 11.36 รองมาคือจังหวัดจันทบุรี ตราด และระยอง ตามลำดับ

**ตารางที่ 1.1** ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการท่องเที่ยว จังหวัดในภาคตะวันออก

จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยว		การเปลี่ยนแปลงโดยเฉลี่ย	
	ปี พ.ศ.2556	ปี พ.ศ. 2555	ล้านบาท	ล้านบาท
ชลบุรี	111,108.81	99,771.65	11,337.16	11.36
ระยอง	23,541.67	22,294.76	1,246.91	5.59
จันทบุรี	4,568.52	4,213.80	354.72	8.42
ตราด	12,607.00	11,702.14	904.86	7.73
รวม	151,826.00	137,982.35	13,843.65	10.03

**ที่มา:** กรมการท่องเที่ยวและการคำนวณ: สรุปลสถานการณ์ท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2556

เกาะล้าน อยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีจากชายหาดเมืองพัทยาสถสามารถมองเห็นเกาะล้านได้ชัดเจน เพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยทางเรือเร็ว นั้นจะใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที โดยสามารถไปขึ้นเรือมาเกาะล้านได้ที่ ท่าเรือแหลมบาลีฮาย เมืองพัทยา จะมีเรือมาลงที่หาดหน้าบ้าน และหาดตาแหวน เป็นสองจุดที่มีท่าเรือถาวรตั้งอยู่

## ที่ตั้งเกาะลัน: เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 1.1 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเกาะลัน

ที่มา: <http://www.kohlarn.sadoodta.com> (สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559)

หมู่เกาะลันแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในนามว่า “หมู่เกาะปะการัง” (Coral Islands) เพราะอุดมไปด้วยแนวปะการังนานาชนิด เป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศและใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด โดยมีเกาะครกและเกาะสากเป็นบริวารลักษณะทางด้านกายภาพเกาะลัน ส่วนที่ยาวที่สุดประมาณ 5 กม. กว้างประมาณ 2.15 กม. รูปทรงเป็นห้าเหลี่ยมด้านไม่เท่าสภาพภูมิประเทศเป็นภูเขาประมาณร้อยละ 90 ของพื้นที่ มีสภาพป่าค่อนข้างอุดมสมบูรณ์พืชพรรณที่ขึ้นอยู่มีความหลากหลายของชีวภาพของป่าเบญจพรรณ และสมุนไพรหายาก และแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายที่นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวหลายแห่งดังนี้ (ท่องเที่ยวเมืองพัทยา: 2559)





ภาพที่ 1.2 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน

ที่มา: <http://www.kohlarn.sadoodta.com> (สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559)

ชายหาดและจุดชมวิรรอบๆเกาะล้านที่มีความสวยงามในการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับกันมามี 4 หาด และ 2 จุดชมวิว ดังนี้

1. หาดตาแหวน อยู่ทางตอนเหนือของเกาะ เป็นหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร ความงามทางธรรมชาติมาก เพราะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดและน้ำทะเลใสเป็นสีคราม ปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม

2. หาดเทียน เป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมีความยาวของหาดประมาณ 500 เมตร

อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามไม่แพ้หาดตาแหวน แต่เนื่องจากมีขนาดเล็กกว่าจึงมีผู้นิยมไปท่องเที่ยวพักผ่อนน้อย

3. หาดแสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กความยาวของหาดประมาณ 300 เมตร มีโขดหินและพื้นที่ป่าไม้ด้านขวาค่อนข้างสมบูรณ์มีความสวยงามเงียบสงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและการเล่นน้ำ มีน้ำทะเลและหาดทรายสะอาด ยังเป็นที่ตั้งสำนักงานป่าไม้ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรีสอร์ท ตลอดจนพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ แคมป์ปิ้งเพื่อบรรยากาศแบบธรรมชาติ

4. หาดนวล อยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์ของเอกชน สภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดเป็นปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากนัก หาดจึงเงียบสงบ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัวพื้นที่เกาะล้านยังมีหาดที่มีความสวยงาม และทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์อีกหลายแห่ง เช่น หาดตาหยาย หาดแหลมหัวโขน หาดตาพัน ส่วนพื้นที่อื่นในเกาะล้านเป็นภูเขาและป่าไม้ด้านตะวันออกเป็นชุมชนเกาะล้านที่ยังมีสภาพไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากนัก นอกจากหาดทรายชายทะเลแล้ว พื้นที่บนเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นภูเขาปกคลุมด้วยพืชพันธุ์ไม้ที่เขียวชอุ่มตลอดทั้งปีซึ่งนับว่ายังคงความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้มาก ดังนั้นเกาะล้านจึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ

ที่มา: <http://www.atkohlarn.com> (สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2559)

จุดชมวิวกังหันลมหรือจุดชมวิวน้ำยักษ์เป็นจุดชมวิวกว้างที่สุดของเกาะล้าน ตั้งอยู่บริเวณเขานมโกลีๆ กับหาดแสม ซึ่งการเดินทางในจุดชมวิวนี้นี้จะผ่านกังหันลมจำนวน 40 กว่าต้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถเก็บภาพได้ และต้องเดินทางต่อไปยังจุดชมวิว ซึ่งด้านบนของจุดชมวิวเป็นทางค่อนข้างชันพอสมควร แต่ถนนสายที่ผ่านจุดชมวิวนั้นเรียบไม่ขรุขระจากจุดนี้สามารถเห็นสภาพแวดล้อมของเกาะล้านได้ชัดเจน

จุดชมวิวกังหันลม ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับหน่วยบริการประชาชนบ้านเกาะล้าน ในการเดินทางสามารถเดินทางได้สะดวกสบายซึ่งเมื่อถึงจุดชมวิวนักท่องเที่ยวจะต้องขึ้นบันไดประมาณ 200 ขั้น จากจุดชมวิวกังหันลมนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเห็นทุกส่วนของมุมของเกาะล้าน ได้อย่างชัดเจน และหากมองไกลๆ พบภาพทะเลสวยใสอันกว้างใหญ่ และหากมองไกลขึ้นอีกนิดจะพบภาพของเมือง

พืชยาอยู่ห่างออกไปอีก เป็นความงามที่น่าพาให้นักท่องเที่ยว เก็บภาพบรรยากาศที่สวยงามนี้กันอย่างเพิลิดเพิลิน

**ที่มา:** <http://www.thetrippacker.com>(สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2559)

การท่องเที่ยวในยุคที่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบ็คแพ็คเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทย "เกาะล้าน" เกาะเล็ก ๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากฝั่งพัทยา ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก มีนักท่องเที่ยวไปเยือนปีละไม่กี่แสนคน ส่วนมากเป็นผู้ที่ชื่นชอบสดใหม่ของธรรมชาติ ที่พักมีไม่กี่แห่ง น้ำ-ไฟฟ้ามีจำกัด ความเป็นอยู่นักท่องเที่ยวจึงไม่สะดวกสบายนั่นคือภาพอดีต :ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวในทุกวันนี้ที่ เกาะล้านเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก กิจกรรมทางทะเลขายตัวอย่างเป็นอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวมาเยือน ปีละเกือบ 3 ล้านคน มีรายได้ไม่ต่ำกว่าวันละ 2 ล้านบาท หรือประมาณ 700 ล้านบาทต่อปี โดยมีนักท่องเที่ยวหลัก คือ จีน อินเดีย รัสเซีย และไทย ทั้งนี้ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา สถิตินักท่องเที่ยวเกาะล้านเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 741,955 คน ปี 2551 จำนวน 1,085,163 คน ปี 2552 จำนวน 1,460,378 คน ปี 2553 จำนวน 2,082,502 คน ปี 2554 จำนวน 2,737,061 คน ปี 2555 จำนวน 2,848,709 คน และปี 2556 จำนวน 2,747,312 คน นักท่องเที่ยวหลักของเกาะล้านคือ ทวีร์จีน และอินเดียตัวเลขนักท่องเที่ยวปีในนี้เกือบ 3 ล้านคนเฉลี่ยประมาณ 8 พันคน ต่อวัน ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวสูงสุดถึงวันละเกือบ 2 หมื่นคน โดยจะเป็นกลุ่มทวีร์คนจีนกลุ่มที่เดินทางออกนอกประเทศครั้งแรกจะต้องมาเที่ยวเมืองไทยที่พัทยา

**ที่มา:** <http://www.prachachat.net/news>(สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2559)

ส่วนในด้านการจัด โปรแกรมทัวร์สำหรับเกาะล้านนั้นยังมีให้เลือกมากมาย และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาในลักษณะของกรุ๊ปทัวร์ที่สะดวกในการท่องเที่ยวและมีค่าใช้จ่ายที่ถูก ตัวอย่างโปรแกรมทัวร์เกาะล้านที่สามารถใช้บริการได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

**ที่มา:** <http://www.thongteaw.com>(สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2559)

### ทัวร์เกาะล้าน 1 วัน 3 เกาะ 3 กิจกรรม

รายละเอียดทัวร์เกาะล้าน 1 : ทัวร์เกาะล้าน 1 วัน 3 เกาะ 3 กิจกรรม

ทัวร์เกาะล้าน 1 : ราคาผู้ใหญ่ 1,390 บาท/เด็ก 790 บาท

เวลา	รายการ
08.30 - 09.15 น.	รถรับท่านจากโรงแรมที่พัก
09.15 - 10.00 น.	รวมตัวกันที่ Meeting Point มี ชา กาแฟ ขนม และน้ำดื่มไว้บริการ
10.00-12.00 น.	เดินทางสู่เกาะครก สัมผัสประสบการณ์การตกปลา และร่วมแข่งขันตกปลา (มีรางวัลพิเศษให้กับผู้ที่ตกได้ปลาตัวใหญ่ที่สุด รางวัลปลอบใจสำหรับผู้ตกได้ปลาตัวเล็กที่สุด และผู้ที่ตกปลาได้มากกว่า 10 ตัวขึ้นไป ฟรี!!)
12.00-13.00 น.	ค่าน้ำชมปะการังน้ำตื้น รอบ ๆ เกาะสาก (ตลอดการเดินทางมีบริการน้ำดื่ม และ Soft Drinks ฟรีไม่อื่น!!) บริการ Seafood Lunch และ BBQ ปลา (ที่ท่านตกมา)
13.00-16.00 น.	ณ ร้านอาหารที่หาดตาแหวน เกาะล้าน จากนั้นพักผ่อน เล่นน้ำ ริมน้ำหาดตามอัธยาศัย (บริการเก้าอี้ชายหาดฟรี)
16.00 น.	เดินทางกลับพัทยา ถึง Meeting Point บริการผลไม้ตามฤดูกาล และส่งท่านกลับโรงแรมที่พักโดยสวัสดิภาพ

จากข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมมาท่องเที่ยวเกาะล้าน เป็นจำนวนมากแล้วในแต่ละวันจึงทำให้เกิดผลกระทบตามมาด้วยเช่นกันเนื่องจากเกาะล้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้มีการอพยพแรงงานจากถิ่นอื่นเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงมีประชากรแฝงมากกว่าจำนวนความเป็นจริง 3-4 เท่า โดยมีได้มีการแจ้งย้ายเข้ามาตามกฎหมายทะเบียนราษฎร์ ด้วยความที่เกาะล้านมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การสร้างแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกไว้คอยบริการ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งยังมีการจัดสร้างที่พักให้บริการนักท่องเที่ยวอยู่หลายแห่ง แม้ส่วนใหญ่เป็นที่พักเล็กๆ ไม่ใหญ่โตระดับโรงแรม 5 ดาว แต่ด้วยความที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชายหาดสวยงาม ปะการังที่ยังหนาแน่นอุดมสมบูรณ์ ผสมกับอัตราค่าบริการด้านการท่องเที่ยวที่ไม่สูง

นัก กิจกรรมกีฬาทางน้ำที่มีไว้บริการอยู่อย่างมากมาจากความเติบโตทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน มาตรการควบคุมและป้องกันปัญหาด้านการท่องเที่ยวกลับพบว่า ยังคงไม่เด็ดขาด และมีประสิทธิภาพมากนัก ได้ตั้งแต่ปัญหาของเรือเจ็ทสกีให้เช่าที่มีปัญหาการขูดรีดนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ปัญหาเรื่องของมาตรฐานความปลอดภัยทางทะเลที่ยังไร้ประสิทธิภาพ รวมถึงเรื่องของการป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

1. การอนุรักษ์ยึดถือครอบครองพื้นที่สาธารณะ ในจำนวนของพื้นที่เกาะล้านทั้งหมด 3,500 ไร่ แยกออกเป็นพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์จำนวน 130 ราย เนื้อที่รวม 637-2-90 ไร่ (คิดเป็น 18% ของพื้นที่) เป็นรายใหญ่ เนื้อที่ 90-95 ไร่ จำนวน 2 ราย เนื้อที่ 30-50 ไร่ 2 ราย เนื้อที่ 20-29 ไร่ 3 ราย เนื้อที่ 10-19 ไร่ 12 ราย เนื้อที่ 1-9 ไร่ 32 ราย และต่ำกว่า 1 ไร่ 79 ราย ทั้งหมดเป็นโฉนดที่ดินรายย่อยเกือบทั้งหมด โดยเป็นโฉนดที่แยกมาจากโฉนดใหญ่ และเป็นที่ตั้งของชุมชน เกาะล้าน มีประชากรแฝงที่มีอาชีพประมง การจับสัตว์น้ำ และบริการนักท่องเที่ยวอีกประมาณ 5,000 คน ต่อวัน

2. ด้านสถานบริการนักท่องเที่ยว เนื่องจากสถานบริการนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ อาทิ ร้านอาหารร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และที่พักแรมเกือบทั้งหมดใช้พื้นที่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย จึงขาดระเบียบในการก่อสร้าง ส่วนใหญ่จะก่อสร้างลงมาถึงหาดทราย โดยเฉพาะเตียงผ้าใบถูกนำมาเรียงรูก้าหาดทรายจนเกือบถึงระดับน้ำทะเล ซึ่งในปัจจุบันได้จัดให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะล้านทุกชนิด เช่น นวดแผนโบราณ ฟันที่เล็บ ถักผม ฯลฯ ตลอดจนการจัดระเบียบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำและการท่องเที่ยวใต้ทะเล

3. ด้านขยะมูลฝอย และน้ำเสีย เนื่องจากเกาะล้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกาะล้านมีขยะมูลฝอยมากขึ้นไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันขยะมูลฝอยของเกาะล้านมีปริมาณถึง 20 ตัน/วัน จะมีการจัดการขยะมูลฝอย โคนธรรงค์ให้ประชาชน และสถานประกอบการคัดแยกก่อนทิ้ง โดยเฉพาะอาหารนำไปผลิตทำปุ๋ยอัดเม็ดชีวภาพ ส่วนขยะที่เหลือจะถูกขนถ่ายลงเรือ เพื่อไปกำจัดยังฝั่งพัทยาตามหลักสุขาภิบาล สำหรับน้ำเสีย ได้มีการสร้างโรงบำบัดน้ำเสียบริเวณหาดตาแหวน 1 แห่ง เพื่อรองรับน้ำเสียจากสถานประกอบการบริเวณหาดตาแหวนทั้งหมดซึ่งสามารถแก้ไขปัญหามาจากการที่ผู้ประกอบการปล่อยน้ำเสียลงสู่ทะเลได้เป็นอย่างดี ในอนาคตจะมีการสร้างระบบบำบัดน้ำเสียในชุมชน เพื่อรองรับน้ำเสียจากอาคารบ้านเรือนทุกหลังของชุมชนเกาะล้าน

4. ด้านน้ำกินน้ำใช้ เดิมขาดแหล่งน้ำโดยสิ้นเชิง ปัจจุบันใช้เพียงภาชนะเก็บน้ำฝนโดยส่วนที่เหลือใช้วิธีบรรทุกมาจากฝั่งพัทยา ปัจจุบันเมืองพัทยาให้บริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการผลิตน้ำทะเล



ให้เป็นน้ำจืด ซึ่งกำลังการผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้น้ำของประชาชนขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการขุดเจาะแหล่งน้ำใต้ดินซึ่งได้สำรวจพบว่าอยู่บริเวณหาดเสมและหาดตาแหวน

5. ปัญหาการขนส่ง เนื่องจากยังไม่ทำเทียบเรือที่ได้มาตรฐานที่สามารถขนส่งสินค้าและน้ำได้ต้องจ้างเรือจากบริษัทเอกชน ซึ่งทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าปกติถึง 2 เท่า ทำเทียบเรือของเกาะล้านปัจจุบันมีอยู่ 2 ท่าด้วยกันคือ

5.1 ท่าเทียบเรือท่าหน้าบ้าน เป็นท่าเทียบเรือหลักของชุมชนเกาะล้าน เพราะใช้ในการขนส่งสินค้าและสิ่งของเครื่องใช้ เป็นท่าเทียบเรือที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ ไป - กลับ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการก่อสร้างท่าเทียบเรือใหม่ที่ได้มาตรฐานแทนท่าเทียบเรือเก่าที่ชำรุด ซึ่งกำหนดเวลาเรือออกจากฝั่งพัทยาเข้าเทียบท่าหน้าบ้านคือเวลา 07.00 น. , 10.00 น. , 12.00 น. 14.00 น. ,15.30 น, 17.00 น. , 18.30 น.และออกจากท่าหน้าบ้านไปยังฝั่งพัทยาคือเวลา 06.30 น. , 07.30 น. 09.30 น. ,12.00 น. , 14.00 น. , 17.00 น., 18.00 น.

5.2 ท่าเทียบเรือหาดตาแหวน เป็นท่าเทียบเรือมาตรฐาน ที่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการใช้บริการไป - กลับ อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งมีกำหนดเวลาออกจากท่าเรือฝั่งพัทยาเข้าเทียบท่าหาดตาแหวนคือเวลา 8.00 น. , 9.00 น. , 11.00 น. , 13.00 น. และออกจากท่าเทียบเรือหาดตาแหวนเข้าเทียบท่าฝั่งพัทยาคือเวลา 13.00 น. 14.00 น. , 15.00 น. ,16.00 น.

ที่มา: <http://www.masterly-benz.blogspot.com> (สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2559)

การรับรู้มีผลต่อความพึงพอใจ (Mayo,1975) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่พวกเขายังไม่เคยไปเยือน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจะมีการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในอุดมคติ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกหรือตัวเลือกอื่นๆ ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับความเป็นจริงจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจภายหลังการท่องเที่ยว (Phelps,1986) ยิ่งความแตกต่างระหว่างการรับรู้ในอุดมคติกับการรับรู้ที่แท้จริงมีน้อยเท่าไร ความพึงพอใจก็จะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น การรับรู้ต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด (Mayo,1975)ในการตรงข้าม ยิ่งช่องว่างระหว่างการรับรู้ที่เป็นจริงกับการรับรู้ในอุดมคติยิ่งกว้างขึ้นเท่าไรจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็ทำให้นักท่องเที่ยวยิ่งพอใจน้อยลงเท่านั้น และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นก็ยิ่งน้อยลงไป (Crompton: 1979b) กฎแห่งการรับรู้นี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน การรับรู้เกี่ยวกับเจ้าบ้านอาจจะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวและการเลือกแหล่ง

ท่องเที่ยว ยิ่งช่องว่างระหว่างการรับรู้ที่เป็นจริงกับการรับรู้ในอุดมคติเกี่ยวกับตัวเจ้าบ้านน้อยลงหรือ แคลงเท่าไร ความพึงพอใจในการมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้านของนักท่องเที่ยวก็จะยิ่งมีมากขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจว่านักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับเจ้าบ้านที่มีลักษณะตรงกับในอุดมคติของนักท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะกลับไปเยือนซ้ำ ดังนั้น การวิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเจ้าบ้านจึงเป็นสิ่งจำเป็น

จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี และยังคงเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความตระหนักถึงความสำคัญมุ่งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในมิติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี และในด้านของความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมายังเกาะล้าน เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และการรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และควบคู่กับการส่งเสริมทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งหากทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จะสามารถนำมาเป็นส่วนกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความคาดหวังในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่น

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้และมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้และมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำ  
เกาะล้านต่อผู้อื่น

#### 1.4 ขอบเขตการวิจัยดังนี้

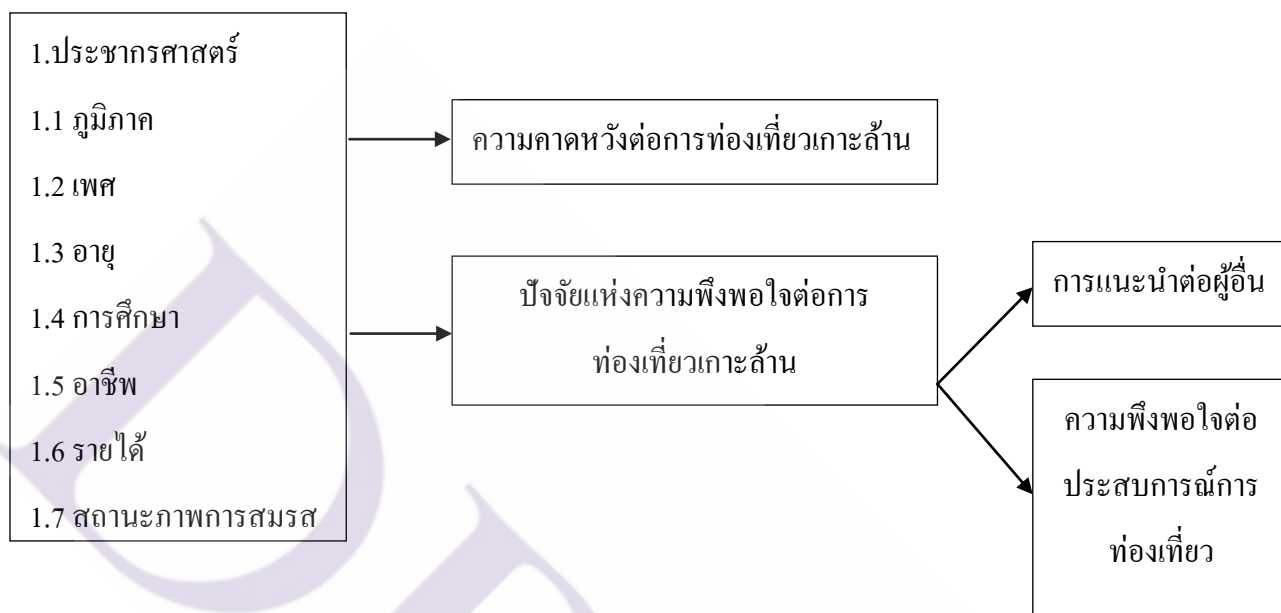
1. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ทำการศึกษาคือ เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี
2. ขอบเขตด้านกลุ่มประชากรที่ศึกษา กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
ที่มาท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการ  
ท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี และปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติ โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – มกราคม 2560

#### 1.5 ปัญหาการวิจัย

1. ความคาดหวังของชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเมื่อได้มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี



## 1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกะลัน

## 1.8 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

**นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง ชาวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกะลัน จังหวัดชลบุรี

**ความคาดหวังในการท่องเที่ยว** หมายถึง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ตามความรู้สึกนึกคิด โดยการคาดคะเนหรือคาดหวังล่วงหน้า เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ บรรยากาศ ความสะดวกความสวยงาม ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เกะลัน จังหวัดชลบุรี

**ความพึงพอใจ** หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวว่ามีความพึงพอใจมากหรือน้อยต่อการมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

**มิตិความพึงพอใจ** หมายถึง ท่าที ความรู้สึก หรือเจตคติที่ดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ซึ่งมี 2 ด้าน คือ

1. มิติด้านกายภาพ หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความหลากหลาย

2. มิติด้านความรู้สึก หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย

**การแนะนำต่อผู้อื่น** หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำผู้อื่นให้เดินทางมาที่เกาะล้าน ว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง และมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะได้นำเสนอ เป็นลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

##### ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งมีได้จำเพาะเจาะจงที่การกระทำอย่างเดี่ยว แต่จะรวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทักษะคิดและค่านิยม จากการศึกษา พบว่ามีผู้ให้ความหมาย ความคาดหวังไว้หลายท่าน ดังต่อไปนี้

พจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary:2000) ได้ให้ ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อ บางสิ่ง บางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น

##### ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

(Victor Vroom , 1964) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานซึ่งได้รับความนิยมนอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงานโดยVroom มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานเรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมนอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน

V=Valance หมายถึงระดับความรุนแรงของความต้องการของบุคคลในเป้าหมายรางวัลคือคุณค่าหรือความสำคัญของรางวัลที่บุคคลให้กับรางวัลนั้น

I = Instrumentality หมายถึง ความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์ (Outcomes) หรือรางวัลระดับที่ 1 ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ 2 หรือรางวัลอีกอย่างหนึ่ง คือเป็นการรับรู้ในความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่ได้ (เชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน)

E= Expectancy ได้แก่ ความคาดหวังถึงความเป็นไปได้ของการได้ซึ่งผลลัพธ์หรือรางวัลที่ต้องการเมื่อแสดงพฤติกรรมบางอย่าง (การเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม)

ฤทัย นิธิชนวิษิต (2553 น.12) ความคาดหวัง เป็นความคิดความเชื่อ ความต้องการความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล การกระทำหรือเหตุการณ์ จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ คิดไว้

#### ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวัง

สุพัตรา สุภาพ ( 2546 น.12) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่น่าจะกำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ คือ

1. ขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคลและสภาพแวดล้อม
2. ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาและผลตอบแทนหรือความพึงพอใจที่จะได้หรือโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนนั้น
3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นรูปธรรม หรือ นามธรรมก็ได้ จะเป็นการประเมินค่า โดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกันก็อาจจะแตกต่างกันได้ โดยขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์เดิม ความสนใจ การให้คุณค่าแก่สิ่งนั้น ๆ ของแต่ละบุคคล

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปความคาดหวังของบุคคลได้ ว่าในแต่ละบุคคลมีลักษณะของความคาดหวังที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาวะส่วนบุคคล ธรรมชาติที่แตกต่างกันก็มีผลที่ทำให้มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน โดยแต่ละบุคคลก็ใช้มาตรฐานของตนเองเป็นตัววัดความคาดหวัง

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### ความหมายของความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p.40) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับ ความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้ หรือ ได้รับสินค้าและบริการนั้น ๆ

กฤษณ์ รัตน์รัมย์ เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และ สาวิกา อุณหนนท์ (2547 น. 98-99) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ดังนี้ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคล แสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริ โภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับ หรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการ ได้รับ บริการ นั้น ต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ ความคาดหวังของลูกค้าคนนั้นเกิดจากหลาย ๆ องค์ประกอบ อันได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าของเพื่อนฝูงและญาติมิตร แหล่งข้อมูลอื่น ๆ หรือแม้แต่ พันธะสัญญาขององค์กรที่ได้ให้ไว้กับ ลูกค้า บางองค์กรได้สร้างความคาดหวังแก่ลูกค้าในระดับสูง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความผิดหวังแก่ลูกค้า ในทางตรงกันข้ามถ้าองค์กรกำหนดความคาดหวังไว้ต่ำ ก็ย่อมไม่สามารถชักนำลูกค้าให้เกิดความสนใจ และมาซื้อสินค้าได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล (2546 น. 83) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่า ความพึงพอใจหมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบที่สนคติเกิดขึ้น ตามปฏิภริยาในการซื้อสินค้า หรือมีการก่อปฏิภริยาตอบสนองสินค้าเพื่อผู้บริโภค งานวิจัยส่วนมากอิงอยู่กับทฤษฎีที่ว่า ความมั่นใจ ความไม่มั่นใจในมาตรฐานของสินค้าที่เกิดก่อนขึ้นตอนการบริ โภค ซึ่งเป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับความพึง พอใจที่สำคัญยิ่ง ทั้งนี้หมายความว่าลูกค้ามีมาตรฐานบริการบางอย่างในใจก่อนที่จะทำการบริ โภค (ความคาดหวังของผู้บริ โภค) มีการสังเกตการปฏิบัติกร และทำการเปรียบเทียบกับมาตรฐานจากนั้น จึงได้สร้างการตัดสินใจด้วยความพึงพอใจจากการเปรียบเทียบดังกล่าว ถ้าคุณภาพการบริการต่ำกว่า ความคาดหวัง ผลของการตัดสินใจจะเป็น การไม่ยืนยันแต่ผลออกมาเป็นแง่ลบ (Negative Disconfirmation) ถ้ากรณีที่คุณภาพของการบริการดีกว่าที่คาดหมายไว้ ผลของการตัดสินใจจะเป็นแบบ ไม่มีการยืนยันแต่ผลออกมาเป็นทางบวก (Positive Disconfirmation) และสามารถที่จะมีการยืนยันอย่าง ง่าย ๆ ชัดเจน (Simple Confirmation) ได้ถ้าผลออกมาตรงตามความคาดหวัง อย่างไรก็ตาม แม้ไม่มีการยืนยันแต่ผลออกมาในทางบวกเป็นอย่างมากประกอบกันเป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดขึ้น ถ้าเป็นเช่นนี้ ลูกค้าก็จะยินดีและพอใจที่จะกลับมาใช้บริการในอนาคตมากกว่า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 น. 141) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ (customer satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึก นั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความติดใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้น ให้นานเท่าานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (customer loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548 น. 169 -170) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่า “ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” โดยมีลักษณะความพึงพอใจของการบริการ เป็นพฤติกรรมกรแสดงออกในทางบวกของ บุคคล

ที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันใด อันหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

เลิศพร ภาวะสกุล (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน

จากข้อมูลของความพึงพอใจข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าเป็นการแสดงท่าที ความรู้สึก อารมณ์ ซึ่งมีการแสดงออกถึงทางด้านบวกหรือเกิดความรู้สึกที่ดีจากความคาดหวังที่ตั้งไว้โดยมีปัจจัยแวดล้อมเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ในการแสดงออก

#### **ความพึงพอใจจากมุมมองของความคาดหวังและประสบการณ์**

ตามคำจำกัดความมาตรฐานที่นิยมใช้กันเป็นบรรทัดฐาน (Cadotte, Woodruff and Jenkins, 1982) ความพึงพอใจ หมายถึง การเปรียบเทียบกันระหว่างความหวังต่าง ๆ กับประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นไปในเชิงการกระทำ (Performance) เมื่อประสบการณ์ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวังจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น (Dissatisfaction) ในด้านการท่องเที่ยวความพึงพอใจมักจะเป็นที่เข้าใจกันว่าหมายถึงความคาดหวังต่าง ๆ ที่คนเรามีก่อนเดินทาง (Moutinho, 1987, p. 5- 4; Whipple and Thach, 1988, p. 16 - 21) จากมุมมองในด้านความคาดหวังและประสบการณ์ที่กำลังพูดถึงนี้ เราอาจจะให้คำจำกัดความของคำว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน (Pizam and Calantone, 1987, p. 177 - 181) เมื่อเอาประสบการณ์ที่ได้มาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจ (gratification) ก็หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ไม่สออารมณ์จะหมายความว่า นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ (Pizam, 1978, p. 7 -10) และในทำนองเดียวกัน (Hughes, 1991, p. 166 -171) ก็ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งความคาดหวังได้รับการตอบสนองด้วยประสบการณ์ต่าง ๆ จะเกิดความพึงพอใจ และในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ที่ไม่มีตอบสนองต่อความคาดหวังก็เกิดความไม่พอใจ ยิ่งช่องว่าง (disparity) ระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้มีมากเท่าไร ก็จะส่งผลความไม่พึงพอใจมากเท่านั้น (Hughes, 1991, p.168) สำหรับ (Shamas และ Glover, 1988, p. 5 - 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่าที่หวังเอาไว้หรือเกินกว่าที่หวังเอาไว้ (Knutson, 1988, p. 14 - 17) ได้เสนอกฎ 10 ข้อ ที่เชื่อว่าทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เช่น การให้ความสำคัญกับการรับรู้ของลูกค้า การสร้างความประทับใจในครั้งแรก การตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า



### แนวความคิดสัมพัทธ์แห่งความพึงพอใจ

แนวความคิดสัมพัทธ์แห่งความพึงพอใจอยู่บนหลักการที่ว่า ระดับของความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กันของตัวแปร 2 ตัว คือ ระดับความคาดหวังของบุคคล เช่นนักท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว แนวความคิดสัมพัทธ์แห่งความพึงพอใจนี้ได้ถูกนำเสนอโดย (Olander, 1977) และ (Hughes, 1991, p.168) ซึ่งบุคคลหลัง (Hughes) ได้กล่าวว่าถึงแม้ว่าประสบการณ์ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะไม่ได้ได้รับความตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยว ก็ยังคงมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวครั้งนั้น Hughes ได้จำแนกความพึงพอใจด้านบวกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พอใจอย่างยิ่ง (very satisfied) พอใจมาก (quite satisfied) และพอใจ (satisfied) Hughes ได้พบว่านักท่องเที่ยวที่ระบุว่าความคาดหวังของเขามาความสูงเหมือนว่า (similar) กับประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการแสดงออกถึงความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกับท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งระบุว่า ความคาดหวังค่อนข้างจะคล้าย (somewhat alike) กับประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการแสดงออกในระดับที่ต่ำกว่า ระดับความพึงพอใจจะลดลงถ้าความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองให้เป็นที่น่าพอใจ (Pearce, 1988) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หรือการบรรลุความคาดหวังอาจขึ้นอยู่กับว่าบุคคลให้คุณค่าหรือตีค่าผลลัพธ์ของความคาดหวังนั้นมากน้อยแค่ไหนหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความพึงพอใจของคนเราขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือความเชื่อต่างๆ แนวคิดดังกล่าวนี้ สอดคล้องกัน (Olander, 1977) ที่ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจควรจะได้รับ การวัดหรือประเมิน โดยเทียบกับมาตรฐานค่านิยมหรือความเชื่อ ต่าง ๆ ของบุคคล

### ความคาดหวังกับการรับรู้

นักวิชาการหลายคนคนมีความเห็นตรงกันว่า ความพึงพอใจเกิดจากผลต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ (Parasuraman, Zeithami and Berry, 1985; Nigjtingdate, 1986) ส่วน Van Raaij และ (Francken, 1984) และ (Francken, 1984) อธิบายความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ว่าหมายถึงผลต่าง (disparity) ระหว่างความคาดหวังกับการเรียนรู้เกี่ยวกับการกระทำ ส่วน (Chon, 1989) อธิบาย ความพึงพอใจว่าหมายถึงความพอเหมาะพอดีกันระหว่างความคาดหวังผลประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ส่วน (Hughes, 1991) กล่าวว่าความพึงพอใจสามารถกำหนดได้ด้วยการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ

### ความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับการแลกเปลี่ยนทางสังคม

ความพึงพอใจยังคงมีการอ้างอิงในลักษณะที่เป็นกระบวนการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่บุคคลคาดหวัง (input) กับสิ่งที่บุคคลได้รับ (output) (Oliver, 1989) ถ้าคนเราได้รับสิ่งที่คาดหวังก็จะพอใจ คำจำกัดความความพึงพอใจในมุมมองของความเท่าเทียมกันเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับในกระบวนการการแลกเปลี่ยนทางสังคมกล่าวคือถ้าสิ่งที่ได้รับไม่เท่ากับสิ่งที่หวัง ความพึงพอใจจะมีมากเช่น ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับน้อยกว่าที่จ่ายออกไป ซึ่งหมายถึงเกิดความไม่สมดุลระหว่างความคาดหวัง (input) กับสิ่งที่ได้รับ (output) นักท่องเที่ยวก็จะไม่พอใจดังนั้น ความพึงพอใจจึง

หมายถึงสภาวะทางจิตใจเกี่ยวกับความรู้สึกว่าได้รับผลตอบแทนเพียงพอหรือไม่กับว่าบุคคลได้ให้คุณค่าหรือความสำคัญกับผลการแลกเปลี่ยนของการแลกเปลี่ยนทางสังคมนั้นมากน้อยแค่ไหน (Pearce, 1988)

### **ความพอดีระหว่างความคาดหวังกับสิ่งแวดล้อม**

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพอเหมาะพอดีระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ กับสิ่งแวดล้อม (Hughes, 1991, p. 166 - 171) ระดับความพอดีพอเหมาะ หรือ Degree of fit ขึ้นอยู่กับความคาดหวังต่างๆ ของนักท่องเที่ยว และสามารถของสิ่งแวดล้อมที่จะสนองตอบต่อความคาดหวังนั้นตัวอย่างเช่น ระดับความดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (host) จะเพิ่มมากขึ้น เมื่อเจ้าบ้านสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้ขณะที่ระดับความพอดีเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นด้วยในทัศนะของ Hughes (1991 p. 166) ความพอเหมาะพอดีระหว่างความคาดหวังของบุคคลและสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นเมื่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อมมีความสอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลหรืออาจจะกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ความเหมาะสมหรือความพอดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งแวดล้อมของเจ้าบ้านสามารถสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของนักท่องเที่ยว (Hughes, 1991, p. 166)

### **ความพอเหมาะพอดีระหว่างระบบค่านิยมของนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน**

ในทัศนะของ (Pearce, and Moscardo, 1984, p. 20 - 23) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นถ้าระบบค่านิยมของนักท่องเที่ยวสามารถเข้ากันได้กับระบบค่านิยมของประเทศเจ้าบ้านในที่ใดก็ตามที่ค่านิยมและทัศนคติของค่านิยมเข้ากันไม่ได้ การผิดฝาผิดตัวหรือความแตกต่างทางค่านิยมจะนำไปสู่ความเครียด ความวิตกกังวล ความไม่แน่ใจ และในทางที่สุดก็จะส่งผลให้เกิดความไม่พอใจขึ้น ดังนั้นเงื่อนไขอย่างหนึ่งของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเจ้าบ้านก็คือ ความสอดคล้องหรือความเข้ากันได้ระหว่างระบบค่านิยมของนักท่องเที่ยวกับของเจ้าบ้าน

### **ความชอบที่มีก่อนการเดินทางกับการประเมินความพึงพอใจหลังการเดินทาง**

จากการประเมินของ Pearce ได้พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทาง ความชอบที่ว่านี้จะส่งผลต่อการประเมินความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางไปเยือนแล้ว (Pearce, 1980) Pearce พบว่าถ้าความชอบในแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่มากเป็นทุนเดิมก่อนการเดินทางจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจหลังการเดินทางไปในทางบวก หรืออาจจะกล่าวได้ว่า การรับรู้ก่อนการเดินทางที่เป็นไปในด้านบวกต่อประเทศที่จะเดินทางไปเยือน มักจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และการประเมินความรู้สึกที่เป็นไปในด้านบวกภายหลังจากที่การเดินทางได้เกิดขึ้นแล้ว ข้อสังเกตของ Pearce ดังกล่าวนี้อาจสอดคล้องกับความเห็นของ (Hughes, 1991) ซึ่งได้กล่าวว่าความพึงพอใจขึ้นอยู่กับการรับรู้ แต่อย่างไรก็ตาม Pearce ยังได้กล่าว



เพิ่มเติมอีกว่า ความชอบที่มีเป็นทุนเดิมอยู่ก่อนการเดินทางก็ไม่ใช่ว่าสิ่งที่จะรับประกันได้ว่านักเดินทางจะเกิดความพึงพอใจเสมอไป เนื่องจากการรับรู้มีก่อนที่จะการเดินทางจะเกิดขึ้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับในขณะที่การเดินทางเกิดขึ้นนอกจากนี้การท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความไม่พอใจเล็กน้อยกลับจะส่งผลดีคือ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำใหม่มากกว่าการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะไม่พอใจกับการบริการบางด้านขณะท่องเที่ยวอยู่ในออสเตรเลีย แต่พวกเขาก็ยังอยากที่จะกลับมาเยือนออสเตรเลียอีกครั้งอยู่ดี

#### ความพึงพอใจเป็นแนวคิดที่ประกอบด้วยหลายมิติ

เป็นที่ยอมรับกันในหมู่นักวิจัยทั้งหลายว่าความพึงพอใจเป็นแนวคิดที่ประกอบด้วยมิติเพียงด้านเดียว อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้ไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องเพราะความพึงพอใจประกอบด้วยมิติที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละมิติที่ความเป็นเอกเทศ ผู้ที่เห็นด้วยกับความคิดนี้ได้แก่ (Hughes, 1991) และ (Pizam, Milman and Jafari, 1991) ดังนั้น ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ของเขาก็ย่อมเป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลายซึ่งประกอบไปด้วยความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ เป็นต้น ๆ เช่น สิ่งต่าง ๆ ที่เขาได้รับประสบการณ์ในระหว่างการท่องเที่ยว เช่น ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (ที่พัก ร้านอาหารการคมนาคม ฯลฯ) ความพึงพอใจต่อสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ (ทิวทัศน์ ความเป็นธรรมชาติ ความสวยงาม ความสะอาด บริสุทธิ์ ฯลฯ) หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่าง ๆ ซึ่งแต่ละมิติจะต้องได้รับการวิเคราะห์แยกกันเป็นด้าน ๆ ไป การที่เราระบุความพึงพอใจโดยแยกเป็นด้าน ๆ ไปนี้ จะทำให้เราสามารถทราบได้ว่านักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อด้านใดหรือเรื่องใด และเรื่องอะไรบ้างที่เขาไม่พอใจในการท่องเที่ยวครั้งนี้ เพราะไม่ใช่ว่าในการท่องเที่ยวครั้งหนึ่งคนเราจะพอใจกับทุกเรื่องที่เราประสบ และก็ไม่ใช่ที่เราจะไม่พอใจกับทุก ๆ เรื่องที่เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยว (Whipple และ Thach, 1988, p. 16-21)

#### ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเจ้าหน้าที่

ส่วนประกอบที่มีความหมายที่สุดของความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว คือ ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวที่มีต่อเจ้าบ้าน หมายถึง ผู้ให้บริการซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจะต้องมีการติดต่อกับตลอดระยะเวลาของการท่องเที่ยว ผลก็คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผู้ให้บริการหรือเจ้าบ้าน อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าบ้านอาจส่งผลให้อัตราการเดินทางเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซ้ำ(เที่ยวที่เดิม พักที่เดิม ฯลฯ) มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และเพิ่มจำนวนพักให้นานขึ้น

#### มิติด้านต่าง ๆ ของความพึงพอใจ

การที่เราจะวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเราจำเป็นต้องวิเคราะห์มิติด้านต่างๆ ของความพึงพอใจ (Pizam, Neumann และ Reichel, 1978) มิติของความพึงพอใจประกอบด้วยมิติ 2 ด้านคือ 1. มิติทางด้านกายภาพ เช่น ความใส ความสะอาด ความหลากหลาย 2. มิติทางด้านความรู้สึก หรือ expressive dimension ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางการจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย (Swan และ Combs, 1976) ดังนั้น ความพึงพอใจต่อเจ้าบ้านหรือผู้ให้บริการควรจะวัดทั้งทางด้าน กายภาพ เช่น รูปร่างลักษณะภายนอก ความฉับไวในการให้บริการ และทางจิตวิทยา เช่น ความมีมิตรจิตมิตรใจ ความเอื้ออาทร

เลิศพร ภาระสกุล, (2555) การที่เราจะวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเราจำเป็นต้องวิเคราะห์มิติด้านต่างๆ ของความพึงพอใจ ซึ่งมี 2 ด้าน คือ 1. มิติด้านกายภาพ หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความหลากหลาย 2. มิติด้านความรู้สึก หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย

#### ความสำคัญของมิติด้านจิตวิทยา

จากการระบุถึงมิติของความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ทำให้เราสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุของความไม่พึงพอใจได้เช่นกัน (Johan, 1982, p. 24) ได้กล่าวเอาไว้ว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ยังคงมีความพอใจทั้ง ๆ ที่ประสบปัญหาทางด้านกายภาพ เช่น ความล่าช้า ความไม่สะอาด และมีนักท่องเที่ยวที่มีความไม่พึงพอใจต่อบริการที่ดีที่สุด หรือสภาวะแวดล้อมที่สะดวกสบายที่สุด คุณลักษณะทางด้านกายภาพที่ดีที่สุด เช่น ความทันสมัยไฮเทคของเครื่องบิน อาจไม่สามารถทดแทนความไม่พึงพอใจทางด้านจิตวิทยา เช่น บริการที่ไม่มิตรไมตรีได้ ดังนั้น มิติทางด้านจิตวิทยาแห่งความพึงพอใจจึงเป็นด้านที่มีความสำคัญมาก (Johan, 1982, p.24) ยังกล่าวเสริมอีกด้วยว่า ความพึงพอใจยังคงเกิดจากความรู้สึกที่บุคคลได้รับความมีประสิทธิภาพของการให้บริการก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ สำหรับ (Pizam, 1978) ก็ยังได้เน้นถึงมิติทางด้านจิตวิทยาแห่งความพึงพอใจ เช่น ความเอื้ออาทร ความมีน้ำใจของเจ้าบ้านหรือผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวซึ่งในมิติทางด้านจิตวิทยานี้ Pizam ได้ให้คำจำกัดความว่าหมายถึงความเต็มใจของเจ้าบ้านที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตร.และความมีมารยาทที่ดีในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวส่วน (Goodwin, and Ross, 1989, p.87-92) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวว่าได้รับการปฏิบัติด้วยความยุติธรรม

จากแนวความคิดของนักวิชาการที่กล่าวมานี้จึงอาจสรุปได้ว่า เราควรจะวัดมิติทางด้านความรู้สึกแห่งความพึงพอใจ ถ้าเราวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเจ้าบ้าน

#### ผลที่เกิดขึ้นตามมาเมื่อนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ

ผลที่เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจมีหลายอย่างด้วยกันตามทฤษฎีของ (Moutinho, 1987) เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจ ผลที่ตามมาอาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวโดยไปที่อื่นแทน หรืออาจจะยังคงกลับมาเที่ยวที่แหล่งเดิมโดยที่ยังคงมีหรือไม่มีการติดต่อกับเจ้าบ้าน (คนในพื้นที่)

ในกรณีนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งใหม่ไปเลย

ในกรณีนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ใหม่ หรืออาจจะยังคงกลับมาเที่ยวแหล่งเดิมแต่จะไม่มีการปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้าน

นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจปานกลางจนถึงมีความพอใจเป็นอย่างยิ่ง อาจจะกลับมาเที่ยวที่เดิมและเต็มใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้านต่อไป หรืออาจจะเปลี่ยนแหล่งที่ท่องเที่ยวโดยไปที่ใหม่ที่ใหม่ก็ได้

ดังนั้น จากทฤษฎีของ Moutinho การกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมซ้ำก็ไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจเสมอไป และการที่นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเยือนซ้ำก็ไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ

(Pearce, 1988) กล่าวว่าถ้านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวอาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำ หรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวคนอื่น หรือแสดงออกทางคำพูดด้วยการชื่นชมในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นอีก และอาจจะไม่แนะนำให้นักท่องเที่ยวอื่นมาเที่ยว หรืออาจจะพูดถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นทางด้านลบและทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหายทางด้านตลาดได้

#### **ความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการต่อลูกค้า**

แนวคิดในเรื่องความพึงพอใจมักจะมีอภิปรายเชื่อมโยงกับความพึงพอใจที่มีต่อความสัมพันธ์ทางสังคมต่างๆ (Dorfman, 1979, p. 483-510) และเชื่อมโยงกับการบริการลูกค้า (whipped, and Thach, 1988, p 16-21) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอาจจะอธิบายได้จากความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการบริการต่างๆ ดังที่ (Ury, 1991, p. 48-57) ได้ชี้ให้เห็นว่า บริการต่างๆ ที่ให้กับนักท่องเที่ยวล้วนแต่เป็นบริการที่ต้องการมีการติดต่อนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดและเห็นได้จากลักษณะปฏิสัมพันธ์ที่เป็นแบบบุคคลต่อบุคคล ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวต่อการบริการจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการที่ส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยว (Ury, 1991, p. 48-57) ต่อไปนี้จะพูด

#### **แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ**

แนวคิดในเรื่องการบริการเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในวงการการท่องเที่ยว การบริการ และการพักผ่อนหย่อนใจ (Mackay และ Crompton, 1988, p 41-49) การบริการ

หมายถึง กิจกรรมใด ๆ หรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้มอบให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งผลประโยชน์นั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถจะส่งผลให้เกิดการครอบครองสิ่งใดภายหลังการส่งมาการผลิต การบริการอาจจะเกี่ยวหรือไม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ ( Kotler และคณะ, 1989, p.725)

(Norman, 1984) กล่าวว่า กระบวนการบริการ (service encounter) ประกอบด้วยช่วงเวลาแห่งความจริง (moments of truth) หลายช่วงเวลาด้วยกันภายในสิ่งแวดล้อมของปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะถูกประเมิน โดยการดูว่าบริการนั้นตอบสนองตรงต่อความหวังของแขกหรือผู้รับบริการ ได้มากแค่ไหน ผลก็คือ คุณภาพของการบริการถูกส่งมอบไว้ในหลายช่วงเวลาแห่งความจริงระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าและ คุณภาพของการบริการจะขึ้นอยู่กับทักษะระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมที่การบริการนั้นเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ในขณะที่แขกพักอยู่ในโรงแรมแห่งหนึ่ง แขกอาจไม่พอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงในขณะที่ เช็ดคินเพราะห้องที่จะเข้าพักยังเคลียร์ไม่เสร็จ แต่เมื่อแขกเข้าห้องพักแล้วแขกอาจจะพอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงในขณะที่อยู่ในห้องพักเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันแขกอาจจะพอใจกับช่วงเวลาแห่งความจริงเมื่อพนักงานห้องอาหารเรียกชื่อแขกได้อย่างถูกต้อง สรุปได้ว่าตลอดระยะเวลาของการพักในโรงแรม (encounter) แขกจะได้พบกับช่วงเวลาแห่งความจริงหลายอย่าง (moments of truth) ซึ่ง บางอย่างแขกอาจจะพอใจ บางอย่างแขกอาจจะไม่พอใจ

#### ความสำคัญของการรับรู้ที่มีต่อผู้ให้บริการ

การรับรู้ที่มีต่อผู้ให้บริการเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ทั้งหมดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มี คุณภาพการรับรู้ที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการจัดการ การท่องเที่ยวและบริการซึ่งกิจการทั้ง 2 ประเภทนี้ต้องพึ่งพาอาศัยการพัฒนาภาพลักษณ์หรือการรับรู้ ในด้านบวกเป็นอย่างมาก (Pearce, 1982, p.145-164) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในบทบาทต่าง ๆ ของผู้ที่ อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม เช่น บทบาทของผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม ฝ่าย การขายซึ่งมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ในส่วนของนักท่องเที่ยว นักวิชาการคนหนึ่งคือ (Sutton, 1967, p. 218-223) ได้กล่าวว่า ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการมีส่วนสำคัญต่อการเกิดการรับรู้ใน ส่วนของนักท่องเที่ยว (Pearce, 1982, p.145-164) ได้กล่าวอีกด้วยว่า การที่นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ใน ด้านลบต่อการให้บริการเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไม่พอใจต่อการบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน ความไม่สุภาพ ของผู้ให้บริการ หรือความไม่สบายใจต่าง ๆ ในทางตรงกันข้าม การรับรู้ในด้านบวกที่นักท่องเที่ยวมี ต่อผู้ให้บริการจะทำให้เกิดการกลับมาเที่ยวหรือซื้อบริการการท่องเที่ยวของแหล่งนั้นใหม่ การรับรู้ที่ นักท่องเที่ยวมีต่อเจ้าบ้านในด้านบวก ได้แก่ ความเป็นมิตร ความรับผิดชอบของเจ้าบ้าน ความมี มารยาทอันดีแก่นักท่องเที่ยวการรับรู้ในด้านที่เป็นผลต่อการบริการจะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ดังนั้น การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการจึงมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของแหล่ง ท่องเที่ยว

(Mossberg , 1995, p.437-445) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อหัวหน้าทัวร์และความสำคัญของความพึงพอใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเกาะโรดส์ บัลแกเรีย ตุรกี และศรีลังกา ได้ค้นพบว่าหัวหน้าทัวร์มีความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้ที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวในรายการนั้น และได้พบว่าการทำหน้าที่ของไกด์ที่แตกต่างกันและหน้าที่ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว บริการต่าง ๆ ที่หัวหน้าทัวร์มอบให้ลูกทัวร์หรือนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของหัวหน้าทัวร์แต่ละคนซึ่งจะมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### การวัดความพึงพอใจโดยรวม

วิธีการแรกคือวัดความพึงพอใจโดยรวมที่บุคคลมีต่อวัตถุหรือต่อบุคคล การวัดดังกล่าวทำได้ง่ายและผู้ถูกวัดก็ไม่ต้องใช้ความพยายามในการทำแบบประเมินมากนัก (Maddox, 1985, p. 2-5) อย่างไรก็ตามปัญหาจะอยู่ที่การเลือกเทคนิคการวัดความพึงพอใจโดยรวมที่มีอยู่หลากหลาย โดยทั่วไปแล้วจะใช้เทคนิคการวัดด้วยสเกล (Pizam และคณะ ,1978, p. 177 - 181) เสนอว่าควรวัดความพึงพอใจด้วยสเกลแบบช่วง (Interval Scale) แต่ (Dann, 1978, p. 440 - 443) วิจัยการวัดด้วยวิธีการนี้ว่ามีความเบ้สูงเพราะนักท่องเที่ยวอาจแสดงระดับความพึงพอใจที่หลากหลายต่อองค์ประกอบต่างๆ ของประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวพอใจมากต่อความเป็นมิตรของเจ้าของบ้าน แต่ไม่พอใจในความสกปรกของชายหาดกับความไม่เป็นระเบียบของการจราจร นอกจากนี้ยังมีเทคนิคอื่นๆ ของการวัดความพึงพอใจ เช่น การสัมภาษณ์ หรือถามคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยตรง ซึ่งวิธีการแบบนี้ก็ถูกวิจารณ์ว่ามีคำตอบมีความเบ้สูง (Dann, 1978, p. 2 - 5) ได้เสนอใช้เทคนิคโดยการอ้อมแทนการใช้เทคนิคคำถามโดยตรง (Maddox, 1985, p. 2 - 5) ได้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของวิธีการและสเกลที่ใช้วัดความพึงพอใจหลายอย่าง โดยให้ผู้ตอบระบุความพึงพอใจต่อภาพกราฟิกและต่อใบหน้าและสเกลที่เป็นคำพูดที่เรียกว่า Delighted-Terrible Scale หรือเรียกโดยใช้ชื่อย่อว่า DT สเกล ผลปรากฏว่าสเกลที่เป็นคำพูด (DT สเกล) ดีกว่าสเกลแบบกราฟิกและสเกลใบหน้าซึ่งไม่ใช่คำพูด

การวัดความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อบุคคลจะมีความซับซ้อนมากกว่าความพึงพอใจโดยรวมต่อวัตถุหรือสิ่งของ เพราะลักษณะทางกายภาพของวัตถุสิ่งของ เช่น ขนาดหรือปริมาณสามารถจะสังเกตเห็นได้โดยตรงและบอกปริมาณได้ แต่คุณลักษณะทางด้านจิตวิทยา เช่น ความเฉลียวฉลาด ความเอื้ออาทร จะต้องใช้การอุปมาน (inferred) ด้วยเหตุนี้การวัดคุณลักษณะทางด้านจิตวิทยาของบุคคลจึงต้องขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้สังเกตต่อคุณลักษณะเหล่านี้ ความละเอียดของแต่ละบุคคลจึงอาจเกิดขึ้นได้ เนื่องจากแต่ละบุคคลอาจมีการประเมินคุณสมบัติเชิงอุปมานต่างกัน อคติหรือความลำเอียงจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่เที่ยงตรงในการวัด



การวัดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ยาก เพราะผลิตภัณฑ์ส่วนมากเป็นการบริการซึ่งจับต้องไม่ได้และเน่าเสียได้ นอกจากนี้การวัดความพึงพอใจต่อมิติทางด้านความรู้เกี่ยวกับการบริการ เช่น ความเอื้ออาทร ความมีชื่อเสียง ยิ่งทำได้ยากกว่าการวัดความพึงพอใจต่อสภาพทางกายภาพ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการหรือความถูกต้องของการบริการ

### การวัดความพึงพอใจต่อมิติที่หลากหลาย

วิธีการที่ 2 ของการวัดความพึงพอใจคือ การวัดความพึงพอใจต่อมิติหลายมิติที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม (Maddox, 1985, p. 2 - 5) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบ หลายอย่างที่สอดคล้องประสานกัน การวัดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงต้องเริ่มจากการระบุ ถึงองค์ประกอบแต่ละอย่างของผลิตภัณฑ์ และวัดความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อแต่ละองค์ประกอบ (Pizam และคณะ, 1978, p. 177 - 181) เช่น ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น เกาะเสมีด สามารถวิเคราะห์โดยการวัดความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ บนเกาะเสมีด เช่น ความพึงพอใจต่อที่พัก ร้านอาหาร ความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมบนเกาะเสมีด ความพึงพอใจต่อความสะดวกของชายหาด ความสวยงามของทิวทัศน์ ความใสสะอาดของน้ำทะเล หรือความพึงพอใจต่อบริการด้านยานพาหนะที่บริการนักท่องเที่ยวบนเกาะ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการต่างๆ สามารถจะวัดจากบริการที่แสดงถึงทักษะมนุษย์สัมพันธ์ ซึ่งจะแบ่งย่อยออกเป็นทักษะมนุษย์สัมพันธ์ของหัวหน้าทัวร์ พนักงานขายสินค้า บริการ เจ้าหน้าที่บุคลากรที่สนามบิน และสามารถระบุให้ลึกลงไปถึงคุณสมบัติของคนเหล่านี้ในด้านต่างๆ เช่น ความสุภาพ ความเป็นมิตร ความเชี่ยวชาญ หรือทักษะทางวิชาชีพ ตัวอย่างเช่น ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อมัคคุเทศก์สามารถวัดได้จากความพึงพอใจต่อความรู้ของมัคคุเทศก์ในด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรม (Almagor, 1985, p. 31 - 47 ) ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มัคคุเทศก์พำนักท่องเที่ยวไปเยือนความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทักษะการจัดการ ทักษะการสื่อสาร (Pearce, 1984; Hughes, 1991) ดังที่ (Hughes, 1991, p. 166 - 171) ได้เคยกล่าวเอาไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นแนวคิดที่ประกอบไปด้วยมิติอันหลากหลาย

### ความสำคัญของความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การวัดความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญ เพราะเป็นการวัดที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งหมด ถ้าเราไม่จำแนกองค์ประกอบออกมาเป็นอย่างไร แล้ววัดแต่เพียงความพึงพอใจโดยรวมก็จะทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า การหกส้น (spill over effect) เกิดขึ้น ซึ่งหมายความว่าไม่พึงพอใจต่อองค์ประกอบอย่างหนึ่งอาจจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมด การวัดความพึงพอใจโดยแยกวัดเป็นส่วนๆ หรือเรื่องๆ ไป

ดังที่ได้กล่าวไว้ในย่อหน้าก่อนหน้านี้นี้จะทำให้เราทราบว่า องค์ประกอบส่วนไหนที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจ อันไหนควรเปลี่ยนแปลงอันไหนควรแก้ไข ซึ่งจะทำให้สามารถพัฒนาคำจำกัดความที่สมบูรณ์ของความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้

### ความสำคัญของการวัดความพึงพอใจ

ถึงแม้ว่าการวัดความพึงพอใจเป็นเรื่องที่ยุ้งยากและได้รับคำวิจารณ์มากมายแต่ผู้จัดการการท่องเที่ยวหรือนักการตลาดการท่องเที่ยวก็ควรที่จะให้ความสนใจกับการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังที่ (Van Raaij, 1986, p. 1 - 9) ได้เคยกล่าวไว้ว่า ความไม่พึงพอใจกับการท่องเที่ยวมีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Moutinho, 1987, p. 5 - 44) ได้กล่าวว่า ความไม่พึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะซื้อ (หรือไม่ซื้อ) ความพึงพอใจเป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวจะกลายเป็นนักท่องเที่ยวขาประจำหรือจะเดินทางกลับมาเยือนซ้ำหรือไม่ การติดตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ในแง่ที่จะทำให้เราทราบว่าปัญหาใดของนักท่องเที่ยวทำให้เขาเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการกลับมาเยือนเมื่อเราได้ทราบถึงปัญหาของนักท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ เราจะได้จัดการแก้ไขหรือป้องกันได้ทันที่

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจสามารถเกิดขึ้นกับคนเราได้จากการได้รับในสิ่งที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในสถานที่คาดหวังหรือตั้งใจที่สิ่งอำนวยความสะดวกต่างและพบกับสิ่งที่ทำให้สามารถพึงพอใจได้ มิติของความพึงพอใจประกอบด้วยมิติ 2 ด้านคือ 1. มิติทางด้านกายภาพ เช่น ความใส ความสะอาด ความหลากหลาย 2. มิติทางด้านความรู้สึกการติดตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ในแง่ที่จะทำให้เราทราบว่าปัญหาใดของนักท่องเที่ยวทำให้เขาเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการกลับมาเยือน

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทศพล เดชะ (2553). ศึกษาเรื่อง ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว และการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวอิสระชาวยุโรป เดินทางมาเพื่อ ท่องเที่ยวในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยใช้กรุงเทพมหานครเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางเข้าสู่ ประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน พักในโรงแรม และกิจกรรมที่ทำทายเป็นเที่ยวชมอุทยาน ประวัติศาสตร์ วัด พระราชวัง พิพิธภัณฑ์ ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เดินทางเป็นคู่ และต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้งในอนาคต นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวม สูงสุดต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

ทาง ธรรมชาติและวัฒนธรรม และการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อ ความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม สถานที่พักผ่อน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

สุณี เพ็ชรงาม (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 161 คน และเพศชาย จำนวน 239 คน ส่วนใหญ่ อายุ 41-50 ปี จำนวน 124 คน เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 138 คน มีสถานภาพ สมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 1,001-1,500 ยูโรด้านพฤติกรรมการมาท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่มาเที่ยวต่ำกว่า 5 ครั้งมากที่สุด นักท่องเที่ยวเหล่านี้ รู้จักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย เพราะเพื่อน/ญาติ แนะนำ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวมากับเพื่อน และใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 7-14 วัน รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวออสเตรเลียที่ สนใจชมโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม จำนวน 254 คน มากที่สุดด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านความคาดหวัง พบว่าด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านบริการนำเที่ยว ด้าน สถานที่และสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวด้านสินค้าและของที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

นางสาวณัฐรี สมิตร และสมบัติ กาญจนกิจ (2554) ศึกษาเรื่องความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนอยู่ในระดับปานกลาง โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่านักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกันในความคาดหวังด้านชุมชนสีเขียว ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกันในด้านชุมชนสีเขียว และมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน

ณภัทร ทิพย์ศรี (2556) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวที่มีต่อความประทับใจ ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงราย โดยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจรู้จักลูกค้า มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และสำหรับความเชื่อถือว่าว่างใจไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ส่วนคุณภาพ



การบริการด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ และด้าน การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความประทับใจของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป สำหรับด้านการเข้าใจรู้จักลูกค้าไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ความประทับใจของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ขณะเดียวกันความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อความ ประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัด เชียงราย

ดังนั้นธุรกิจนำเที่ยวที่มุ่งให้ความสำคัญกับ คุณภาพการบริการสามารถสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและผลการวิจัย ครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวอันนำไปสู่ความเป็นเลิศใน การบริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของธุรกิจนำเที่ยวต่อไป

น้ำฝน จันทน์นวล ,เกริกวุฒิ กันเที่ยง และนาถนลิน สีเขียว (2558) ศึกษาเรื่องความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวจีนต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุดเป็น นักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมี การศึกษาระดับ มัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา ผลจาก การศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผล ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด ภูเก็ตในระดับมาก และเมื่อ เปรียบเทียบระหว่างรายได้ ค่าใช้จ่าย อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการ ตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันด้วยเช่นกัน วิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางมาเป็นครั้งแรก เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่นิยมมากที่สุด คือชายหาดอันเนื่องมาจากความสวยงาม ของทิวทัศน์ และหาดทราย น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีอยู่อย่างครบ ครันตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ทวีศักดิ์ เถลิ้มแสน (2558) ได้ศึกษาเรื่องของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงชุมชนบ้าน เดียม ตำบลเชียงแหวน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ 20 ราย ได้แก่ ประธานกลุ่มเรือชุมชนบ้านเดียม หัวหน้าเขตห้ามล่าสัตว์ป่าหนองหานกุมภวาปี ผู้ประกอบการเรือจ้าง ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนชุมชนบ้านเดียม ปราชญ์ด้านภูมิปัญญาชาวบ้านบ้าน เดียมนายกเทศบาลตำบลเชียงแหวน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี โดยการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้วทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และสังเคราะห์โดย วิธีการพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าบึงหนองหานเป็นแหล่งน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดอุดรธานี เส้นทาง การคมนาคมเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย บัวแดงจะออกดอกในช่วงฤดูหนาว ดอกบัว

แดงเป็นบัวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีเรือไว้คอยบริการล่องชมความงามของดอกบัวแดง มีการประชุมเตรียมความพร้อมของกลุ่มเรือนำเที่ยวมีมาตรการให้นักท่องเที่ยวสวมเสื้อชูชีพทุกคนก่อนลงล่องเรือมีการจัดเส้นทางเดินเรือเพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุบริเวณท่าเรือมีเจ้าหน้าที่คอยรักษาความปลอดภัยมีที่พักแบบโฮมสเตย์โดยมีเจ้าของบ้านเป็นผู้รักษาความปลอดภัย ร้านอาหารที่มีในชุมชนเป็นร้านอาหารแบบพื้นบ้าน สินค้าที่ชุมชนนำมาทำผลิตภัณฑ์มีวัตถุดิบ มาจากบึงหนองหาน มีไฟฟ้าเข้าถึงชุมชนและบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ที่มีตำนานความเชื่อเรื่องผาแดง นางไอ่ มีประเพณีบุญเดือน 5 ซึ่งแตกต่างจากประเพณีของถิ่นอื่น มีการสืบทอดพิธีกรรมทางศาสนาอย่างเหนียวแน่น

เลิศพร ภาระสกุล (2558) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวประเทศไทย มี 5 ปัจจัย ได้แก่ แรงจูงใจความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิตและเกียรติภูมิ แรงจูงใจความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม แรงจูงใจความต้องการทางด้านอารมณ์ แรงจูงใจต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ และแรงจูงใจต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัวตามลำดับ ในส่วนปัจจัยดึงดูดของประเทศไทยที่ทำให้ชาวจีนมายังประเทศไทยคือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดด้านราคา และปัจจัยดึงดูดด้านแหล่งบันเทิง ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลด้วยตัวแปรแบบสมการเชิงโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูด ส่งอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทยมากกว่าปัจจัยหลักซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติน้อยกว่า ในด้านแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยคือแหล่งข้อมูลประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ที่สำคัญรองลงมาคือสื่อประเภทกระจายเสียง และเว็บไซต์ แต่สื่อที่สำคัญน้อยคือสื่อประเภทบุคคล ทัศนคติต่อคนไทยและประเทศไทยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าอิทธิพลของสื่อต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจะส่งผลให้เกิดการบอกต่อและแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าที่จะเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สมการเชิงโครงสร้างแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคาดหวัง และมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดกับการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยการใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร เนื่องจากจำนวนประชากรไม่แน่นอนหรือไม่สามารถนับจำนวนประชากรได้ (Infinite Population) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 95 โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551 : 14)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

E = ความคลาดเคลื่อนในการประเมินค่า

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติ  
มาตรฐาน

โดยที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z=1.96

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

และได้ทำการสำรวจข้อมูลของแบบสอบถาม 4% เท่ากับ 15 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

3.1.2 การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และวิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรีซึ่ง ประกอบไปด้วย ภูมิภาค เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะภาพการสมรส จำนวน 11 ข้อ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 30 ข้อ แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งในแต่ละคำถามให้ระดับความสำคัญให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย โดยกำหนดค่าระดับของการประเมินดังนี้

ค่าประเมิน	ระดับความคาดหวัง
5	ความคาดหวังมากที่สุด
4	ความคาดหวังมาก
3	ความคาดหวังปานกลาง
2	ความคาดหวังน้อย
1	ความคาดหวังน้อยที่สุด

การแปลความหมายของเฉลี่ยของระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
กำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.20 – 5.00	หมายถึง ความคาดหวังมากที่สุด
3.40 – 4.19	หมายถึง ความคาดหวังมาก
2.60 – 3.39	หมายถึง ความคาดหวังปานกลาง
1.80 – 2.59	หมายถึง ความคาดหวังน้อย
1.00 – 1.79	หมายถึง ความคาดหวังน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อ  
การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 26 ข้อ แบบมาตราส่วน  
ประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งในแต่ละคำถามให้ระดับความสำคัญให้เลือก 5 ระดับโดยกำหนดค่า  
ระดับของการประเมินดังนี้

ค่าประเมิน	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

คำถามที่วัดระดับของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติจำนวน 26 ข้อเป็นแบบปลายปิด ในรูปของลิเคิทสเกล

การแปลความของเฉลี่ยของระดับการรับรู้ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.20 – 5.00	หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
3.40 – 4.19	หมายถึง พึงพอใจมาก
2.60 – 3.39	หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
1.80 – 2.59	หมายถึง พึงพอใจน้อย
1.00 – 1.79	หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เป็นคำถามปลายปิดในรูปของลิเคิตสเกล จำนวน 3 ข้อ

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับการรับรู้ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กำหนดได้ดังนี้ (เลิศพร ภาระสกุล 2558:48)

ตัวแปร	ข้อความ
satisfie	ท่านมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน มากน้อยเพียงใด
again	ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวเกาะล้านอีกหรือไม่
recommend	ความเป็นไปได้ที่ท่านจะแนะนำเกาะล้านให้แก่ผู้อื่น

การแปลความหมายจะเป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.20 – 5.00	หมายถึง เป็นไปได้มากที่สุด/พึงพอใจมากที่สุด
3.40 – 4.19	หมายถึง เป็นไปได้/พึงพอใจมาก
2.60 – 3.39	หมายถึง ไม่แน่ใจ/พึงพอใจปานกลาง
1.80 – 2.59	หมายถึง ไม่แนะนำ/ไม่น่าจะกลับมา/พึงพอใจน้อย
1.00 – 1.79	หมายถึง ไม่แนะนำ/ไม่กลับมา/พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นส่วนข้อเสนอแนะ แสดงความคิดเห็นและเป็นคำถามปลายเปิดผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระทั้งในเชิงข้อปัญหา ข้อเสนอแนะ และข้อคิดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่ เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

### 3.3 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือมีดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ที่ครอบคลุมรายละเอียด และงานวิจัยที่กำหนด
2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์
3. เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ปรับปรุง ตรงตามวัตถุประสงค์ของวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปทำการตรวจคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธี ครอนบัก (Cronbach' Alpha Coefficient:  $\alpha$ ) จำนวน 50 ชุด โดยจะมีค่าแสดงถึงความเชื่อมั่นสูงค่า  $\alpha = 0.88$  ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าเป็นเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่เหมาะสม และยอมรับได้ (สุวิชาน มนแพวงศาสนนท์, 2545 : 129-131)

5. นำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขไปทำการเก็บข้อมูลที่กำหนดไว้

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อสำรวจเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ทำการเก็บข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล เว็บไซต์ เอกสาร บทความ งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. ระยะเวลาการเก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน 2559 – มกราคม 2560

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อที่รับจากการรวบรวมแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) มีดังนี้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูลในเชิงพรรณนา ได้ ภูมิภาค เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (F – test, t- test One-Way Analysis of Variance)

สูตรการหาค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า มีดังนี้ (สงศรี ชมภูวงศ์, 2547, น. 55)

- 1) การหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{X \times 100}{N}$$



- P = ค่าร้อยละ  
 X = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม  
 N = จำนวนประชากร

2) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) หรือมัชฌิมเลขคณิต

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

- $\bar{X}$  = ค่าเฉลี่ย  
 $\sum x$  = ผลรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 N = จำนวนประชากร

3) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N-1)}}$$

- S = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)  
 $\sum fx$  = ผลรวมของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับ  
 N = จำนวนประชากร

4. สถิติที่ใช้ในทดสอบสมมติฐาน

สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนหรือพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีค่ามากกว่า 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปรผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายและเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ว่าตัวแปรใดมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง Y มากที่สุด โดยใช้สูตรนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 280)

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_k x_k + e$$

- โดยที่ y แทน ตัวแปรตาม  
 x แทน ตัวแปรอิสระ  
 $\beta_0$  แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

$\beta_1$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ  
 $e$  แทน ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2538, น. 113 - 115) เป็นการคำนวณที่ใช้สถิติ ที่มีลักษณะของตัวแปรหลาย ๆ ตัวแปรในแต่ละตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นการลดจำนวนตัวแปรให้ ที่ง่ายต่อการเข้าใจ เข้าใจโครงสร้าง แบบแผนของตัวแปรในลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งจะอธิบายความหมาย และลักษณะของตัวแปร ทำให้สามารถให้คำจำกัดความของตัวแปรให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ช่วยตัดสินใจว่าจะศึกษาตัวแปรด้านใดบ้าง และตัวแปรใดเกี่ยวข้องกับตัวแปรใด การวิเคราะห์องค์ประกอบจะเป็นศูนย์รวมความ หลากหลายของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์ภายใน ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่สังเกตหรือวัด ได้การวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีลักษณะ คือ เป็นการสำรวจหรือหาตัวแปรแฝงที่ซ่อนอยู่ภายใต้ตัวแปรที่สังเกตหรือวัดได้ เรียกว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการพิสูจน์ตรวจสอบหรือยืนยันทฤษฎีที่ผู้อื่นค้นพบ เรียกว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ (อุทุมพร ทองอุไทย, 2523, น. 15) คือ “มีความง่ายเชิงสถิติและ มีความหมายในเนื้อหา” จุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์องค์ประกอบอาจจำแนกได้ดังนี้

1. เป็นการอธิบายเกี่ยวกับขอบเขตของการศึกษา
2. เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับตัวแปร
3. วิเคราะห์บุคคลหรือวัตถุและจัดให้เป็นประเภทต่าง ๆ
4. วิเคราะห์โครงสร้างองค์ประกอบของตัวแปรที่เป็นเกณฑ์ และระบุตัวแปรที่เป็น ประโยชน์

ในสมการถดถอย

6. เป็นการพิสูจน์ข้อค้นพบของตนเองกับของผู้อื่น
7. ลดข้อมูลให้น้อยลง เพื่อให้ได้ลักษณะร่วมที่ซ่อนอยู่
8. ใช้ในการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิง โครงสร้าง
9. ช่วยในการสร้างแบบวัดลักษณะต่าง ๆ

ขั้นตอนในกระบวนการวิเคราะห์องค์ประกอบและแปลความหมาย ดังนี้

(วิเชียร ไชยบัง, 2544, น. 11 - 12) 1. เตรียมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ที่มีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่องกัน ตัวแปรที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นทำการตรวจสอบว่าตัวแปร มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าตัวแปรมีความสัมพันธ์ กันมาก หรือมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญสามารถใช้เทคนิค

Factor Analysis ได้ ถ้าตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อย ไม่ควร ใช้เทคนิค Factor Analysis โดยการ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2548, น. 204 -205) ดังนี้

1. ตรวจสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยการสร้างเมทริกซ์แสดง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าเข้าใกล้ +1 หรือ -1 แสดงว่าตัวแปรคู่นั้น มีความสัมพันธ์กันมากควรอยู่ใน Factor เดียวกัน

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ศูนย์ แสดงว่าตัวแปรคู่นั้น ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อยควรอยู่คนละ Factor

ถ้ามีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ หรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือน้อยมาก ควรตัดตัวแปรนั้นออกจากการวิเคราะห์

2. ใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ซึ่งเป็นค่าที่ ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis โดยที่ เมื่อ  $r$  คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งทำให้ค่า  $0 \leq KMO \leq 1$

ถ้าค่า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ศูนย์) แสดงว่าเทคนิค Factor analysis ไม่เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

ถ้าค่า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่หนึ่ง) แสดงว่าเทคนิค Factor analysis เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่ โดยทั่วไปถ้าค่า  $KMO < .5$  จะถือว่า ข้อมูลที่มีอยู่ไม่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

3. Bartlett's Test of Sphericity เป็นการทดสอบค่า ไค-สแควร์ (Chi-square) ของดีเทอร์มิแนนต์ (Determinant) ของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ มีการทดสอบสมมติฐานว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์นั้นเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) หรือไม่ จากสมมติฐาน  $H_0$  : ตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือ  $H_1$  : ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นถ้ายอมรับ  $H_0$  แสดงว่าตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่ควรใช้เทคนิค Factor analysis แต่ถ้าปฏิเสธ  $H_0$  (หรือยอมรับ  $H_1$ ) นั่นคือตัวแปรมีความสัมพันธ์กันจึงสามารถใช้เทคนิค Factor analysis ได้

4. การสกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) มีจุดมุ่งหมาย คือ การหาจำนวน Factor ที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ หรือ เป็นการดึงรายละเอียดจากตัวแปรมาไว้ใน Factor วิธีการสกัดองค์ประกอบ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2538, น. 122 - 126)

Principal axis factors เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมแบบหนึ่งที่ใช้หลักการแบบเดียวกับ PCA ข้อแตกต่างคือ Principal Axis Factors มิได้ใช้ค่าการร่วม (Communality) ของตัวแปรเป็น 1.0 เหมือนใน PCA นั่น คือ สมาชิกในแนวทแยงของเมทริกซ์ สหสัมพันธ์แทนที่จะเป็น 1.0 จะใช้ค่ากำลัง

สองของสหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรแต่ละตัวกับ ตัวแปรที่เหลือเป็นค่าประมาณของค่าการร่วม หรือใช้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละ ตัวกับตัวแปรที่เหลือที่มีค่าสูงที่สุด เป็นค่าประมาณค่าการร่วม Principal Axis Factors ได้รับการ พัฒนาให้ทำงานดีขึ้น โดยมีการคำนวณทวนซ้ำเป็นขั้นตอนดังนี้ ขั้นแรกจะใช้กำลังสองของ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรที่เหลือเป็นค่าประมาณของค่าการร่วมที่เป็นค่าตั้งต้น ทำการ สกัดองค์ประกอบร่วมเป็นครั้งที่สอง ทำการคำนวณทวนซ้ำเรื่อย ๆ ไปจนกว่าค่าประมาณของค่า การร่วมจะไม่เปลี่ยนแปลง จึงนำผลของการสกัดองค์ประกอบร่วมเป็นผลการวิเคราะห์ขั้นสุดท้าย

Maximum Likelihood มีหลักการเช่นเดียวกับวิธีกำลังสองน้อยที่สุด สหสัมพันธ์ของตัวแปร ถูกถ่วงน้ำหนักด้วยอินเวอร์สขององค์ประกอบเฉพาะของส่วนตัวแปร เช่นเดียวกับวิธีกำลังสองน้อยที่สุดทั่วไป สิ่งที่แตกต่างกัน คือ เกณฑ์ที่จะใช้หยุดการคำนวณทวนซ้ำ ซึ่งมีแตกต่างกัน 3 แบบ คือ วิธีหาองค์ประกอบคาโนนิคอล (Canonical Factoring) วิธีดีเทอร์มิแนนท์ของเมทริกซ์สหสัมพันธ์เศษเหลือมีค่าสูงสุด (Maximum Residual Correlation Matrix) เกณฑ์ของวิธีหาองค์ประกอบคาโนนิคอล คือ การให้ได้ ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างองค์ประกอบร่วมกับตัวแปรสังเกตได้มีค่าสูงสุด เกณฑ์ของวิธีดีเทอร์มิแนนท์สหสัมพันธ์เศษเหลือมีค่าสูงสุด คือ ลักษณะตามชื่อของวิธีนั้น คือ การให้ ดีเทอร์มิแนนท์ของเมทริกซ์ผลต่างระหว่างเมทริกซ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ และเมทริกซ์ สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้มีค่าสูงสุด

5. การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) กรณีที่ค่า Factor Loading มีค่ากลาง ๆ ทำให้ไม่สามารถจัดตัวแปรว่าควรอยู่ใน Factor ใด ได้นั้น จะต้องทำการหมุนแกน ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการหมุนแกนปัจจัยคือ เพื่อทำให้ค่า Factor Loading ของตัวแปร มีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ใน Factor ใด หรือไม่ควรอยู่ใน Factor ใด วิธีการหมุนแกน (Varimax Rotation) (ส.วาสนา ประवालพฤกษ์, 2535 อ้างถึงใน สายพิณ ศรีสุวรรณรัตน์, 2540, น. 30) หมุนแกนโดยเน้นการเปลี่ยนสดมภ์ (Column) ให้ง่ายขึ้นวิธีนี้เป็นการหมุนแกน โดยให้กำลังสองของน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละสดมภ์ในเมทริกซ์ องค์ประกอบมีค่าสูงสุด วิธีนี้ได้องค์ประกอบที่มีโครงสร้างง่ายและได้ องค์ประกอบเฉพาะ (Specific Factor) ซึ่งทำให้การแปลความหมายขององค์ประกอบสะดวกขึ้น Kim and Mueller (1978 p. 36 - 37) กล่าวว่าสูตรการคำนวณในการหมุนแกนแบบ Varimax ซับซ้อนและยากกว่าวิธี Quartimax แต่แบบ Varimax ให้องค์ประกอบมีโครงสร้างง่ายมากกว่า และแบบแผนขององค์ประกอบมีแนวโน้ม ที่จะคงที่มากกว่าแบบ Quartimax เมื่อมีการวิเคราะห์องค์ประกอบในกลุ่มตัวอย่างย่อยหลาย ๆ กลุ่ม

6. การแปลความหมายและกำหนดชื่อขององค์ประกอบ การพิจารณาจำนวนองค์ประกอบจะพิจารณาจากองค์ประกอบที่มีค่า Eigenvalue มากกว่า 1 การพิจารณาว่าตัวแปรใดบรรจุอยู่ในองค์ประกอบ

ได้ให้พิจารณาที่ค่า Loading โดยพิจารณาเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย (Hair, 1995 , p. 385) ได้เสนอความสัมพันธ์ระหว่างค่า loading ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่อจำนวนตัวอย่าง ดังนี้

Factor loading	.30	.35	.40	.45	.50	.55	.60	.65	.70	.75
จำนวนตัวอย่าง	350	250	200	150	120	100	85	70	60	50

และให้ทำการตั้งชื่อองค์ประกอบให้สอดคล้องกับตัวแปร การตั้งชื่อให้แต่ละองค์ประกอบ ชื่อขององค์ประกอบควรจะสั้น อาจตั้งชื่อเพียง 1- 2 คำ มีความหมายสอดคล้องกัน



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา “ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลการวิจารณ์ข้อมูล ดังนี้

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science) ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และดำเนินการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 7 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
- 4.5 การวิเคราะห์การทอดอัยเชิงซ้อนปัจจัย ความพึงพอใจด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ
- 4.6 การวิเคราะห์การทอดอัยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจ
- 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ ภูมิภาค อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะภาพการสมรส ลักษณะการเดินทางผู้ร่วมเดินทาง การพักค้างคืน และจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักในพัทยา ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	212	53.00
หญิง	188	47.00
รวม	400	100.00
ภูมิภาค		
เอเชียตะวันออก	165	41.30
เอเชียใต้	68	17.00
ยุโรป	98	24.50
อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้	16	4.10
ออสเตรเลีย	24	6.00
ตะวันออกกลาง	29	7.30
รวม	400	100.00
อายุ		
15 – 24 ปี	77	19.30
25 – 34 ปี	168	42.00
35 – 44 ปี	131	32.80
55 – 64 ปี	24	6.00
รวม	400	100.00



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>การศึกษาสูงสุด</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย	80	20.00
อาชีวศึกษา	197	49.30
ปริญญาตรี	46	11.50
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	77	19.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ผู้บริหารนักวิชาชีพชั้นสูงและนักเทคนิค	108	27.00
หัวหน้างาน	32	8.00
ผู้ประกอบการ	48	12.00
เสมียน/พนักงาน	192	48.00
ช่างฝีมือ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ/แม่บ้าน	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้ต่อปี</b>		
10,001 – 15,000 เหรียญสหรัฐ	89	22.30
15,001 – 20,000 เหรียญสหรัฐ	159	39.80
20,001– 30,000 เหรียญสหรัฐ	123	30.80
30,001– 50,000 เหรียญสหรัฐ	16	4.00
50,001– 100,000 เหรียญสหรัฐ	13	3.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	189	47.30
สมรส	191	47.80
หย่าร้าง/หม้าย	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางกับคณะทัวร์	40	10.00
จัดการเดินทางด้วยตนเอง	360	90.00
รวม	400	100.00
ผู้ร่วมเดินทาง		
ตามลำพัง	106	26.50
ครอบครัวไม่มีบุตร(สามี,ภรรยา)	69	17.30
ครอบครัวที่มีบุตร	16	4.00
เพื่อน	209	52.30
รวม	400	100.00
การพักค้างคืน		
พักค้างคืน	187	46.80
ไม่ได้พักค้างคืน	213	53.30
รวม	400	100.00
จำนวนวันพักในพัทยา		
1 วัน	80	20.00
2 วัน	158	39.50
3 วัน	135	33.80
4 วัน	27	6.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00

ภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือยุโรป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 เอเชียใต้ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตะวันออกกลาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ออสเตรเลีย จำนวน 24 คน

คิดเป็นร้อยละ 6.00 อเมริกาเหนือ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 และอเมริกาใต้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ 35 – 44 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 อายุ 15 – 24 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และมีอายุ 55 – 64 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

การศึกษาสูงสุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพ เสมียน/พนักงาน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ผู้บริหารนักวิชาชีพชั้นสูงและนักเทคนิค จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ผู้ประกอบการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 หัวหน้างาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ช่างฝีมือ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ/แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

รายได้ต่อปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปี 15,001 – 20,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือ 20,001– 30,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 รายได้ 10,001 – 15,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 รายได้ 30,001– 50,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมีรายได้ 50,001– 100,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

สถานภาพการสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 โสด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 หม้าย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และหย่าร้าง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ลักษณะการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และเดินทางกับคณะทัวร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ผู้ที่เดินทางมาด้วยกัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกัน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 ตามลำพัง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ครอบครัวไม่มีบุตร (สามี ,ภรรยา) จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 และครอบครัวที่มีบุตร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

พักค้างคืนบนเกาะล้าน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 และพักค้างคืน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

พักอยู่ในพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอยู่ในพัทยา 2 วัน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ 3 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 พักอยู่ 1 วัน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และพัก 4 วัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80

**4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ประเด็นต่อไปจะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องต่างๆของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเกาะล้าน ดังตารางที่ 4.2**

**ตารางที่ 4.2** แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
1. ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน	4.53	0.735	มากที่สุด
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้างอาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน	4.41	0.551	มากที่สุด
3. ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ	4.62	0.545	มากที่สุด
4. ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย	4.77	0.488	มากที่สุด
5. ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน	4.76	0.494	มากที่สุด
6. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, แล่นเรือใบ	4.55	0.623	มากที่สุด
7. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	4.59	0.551	มากที่สุด
8. มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	4.40	0.549	มากที่สุด
9. มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า	4.41	0.551	มากที่สุด
10. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	4.60	0.616	มากที่สุด
11. เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	4.68	0.529	มากที่สุด
12. ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะล้าน	4.39	0.781	มากที่สุด
13. การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย	4.30	0.763	มากที่สุด
14. การเดินทางทางรถบนเกาะล้านมีความปลอดภัย	4.31	0.765	มากที่สุด
15. พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	4.12	0.728	มาก
16. ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรม	4.04	0.707	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคาดหวัง
17. ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะล้าน	4.10	0.654	มาก
18. โรงแรมที่พักมีความสะอาด สบาย	4.07	0.695	มาก
19. พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ	4.13	0.701	มาก
20. เกาะล้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า	4.42	0.748	มากที่สุด
21. มีอาหารให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย	4.68	0.615	มากที่สุด
22. อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย	4.82	0.479	มากที่สุด
23. อาหารมีรสชาติอร่อย	4.75	0.591	มากที่สุด
24. อาหารมีราคาที่เหมาะสม	4.81	0.561	มากที่สุด
รวม	4.45	0.461	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคืออาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.82 รองลงมาคืออาหารมีราคาที่เหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ย 4.81 ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย มีคะแนนเฉลี่ย 4.77 ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.76 อาหารมีรสชาติอร่อย มีคะแนนเฉลี่ย 4.75 เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีคะแนนเฉลี่ย 4.68 อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.68 ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร มีคะแนนเฉลี่ย 4.60 บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีคะแนนเฉลี่ย 4.59 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, แล่นเรือใบ มีคะแนนเฉลี่ย 4.55 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.53 เกาะล้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า มีคะแนนเฉลี่ย 4.42 ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 และความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความสะอาดสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะล้านมีความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.31 พนักงานที่ขับเคลื่อนเรื่อน้ำเชื้อถือ

มีคะแนนเฉลี่ย 4.30 การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.30 พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.13 พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.12 มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.10 โรงแรมที่พักมีความสะอาด สบาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.07 และควมมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรม มีคะแนนเฉลี่ย 4.04

**4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะได้**  
**ให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นว่าในบรรดาความคาดหวังทั้ง 26 ข้อสามารถจัดเป็นความคาดหวังในด้านใดบ้างจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ปรากฏผลดังแสดงอยู่ใน ตารางที่ 4.3 ดังนี้**

**ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี**

ความคาดหวัง	Factor loading
<b>ปัจจัยที่ 1 ความสะดวกปลอดภัยในการเดินทาง (Eigenvalue 13.796)</b>	
การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย	.918
พนักงานที่ขับเคลื่อนเรื่อนำเชือถือ	.918
ความสะอาดสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะล้าน	.901
การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะล้านมีความปลอดภัย	.882
พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	.791
มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน	.770
เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	.713
<b>ปัจจัยที่ 2 ที่พักและพนักงาน (Eigenvalue 3.494)</b>	
พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ	.892
โรงแรมที่พักมีความสะอาด สบาย	.886
ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะล้าน	.868

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความคาดหวัง	Factor loading
ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรม	.741
เกะลั่นมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า	.675
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกะลั่น	.622
<b>ปัจจัยที่ 3 อาหารและคนในท้องถิ่น (Eigenvalue 2.510)</b>	
อาหารมีราคาที่เหมาะสม	.869
อาหารมีรสชาติอร่อย	.802
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, แล่นเรือใบ	.702
คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	.683
อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย	.659
<b>ปัจจัยที่ 4 ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.910)</b>	
มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	.836
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกะลั่น	.776
มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า	.653
บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	.596
ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกะลั่น	.534
<b>ปัจจัยที่ 5 ความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะ (Eigenvalue 1.160)</b>	
ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย	.795
อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย	.742
ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ	.713
<b>KMO .908 Total Variance Explained 87.960%</b>	



ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน แสดงอยู่ในตารางที่ 4.3 ค่า Kaiser-Mayer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .908 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดความคาดหวังมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ การวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความคาดหวังทั้งหมด 26 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นความคาดหวังที่สำคัญ 5 กลุ่มปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากค่า Eigenvalue จากมากไปน้อยได้แก่ 1 ความสะดวกปลอดภัยในการเดินทาง 2 ที่พักและพนักงาน 3 อาหารและคนในท้องถิ่น 4 ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว 5 ความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะ

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ประเด็นต่อไปจะกล่าวถึงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเกาะล้าน

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน	4.79	0.404	มากที่สุด
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน	4.66	0.552	มากที่สุด
3. ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ	4.62	0.562	มากที่สุด
4. ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย	4.72	0.533	มากที่สุด
5. ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน	4.65	0.557	มากที่สุด
6. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, เล่นเรือใบ	4.49	0.609	มากที่สุด
7. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	4.57	0.496	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
8. มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	4.38	0.563	มากที่สุด
9. มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศ ของข้าพเจ้า	4.31	0.543	มากที่สุด
10. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	4.66	0.552	มากที่สุด
11. ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะล้าน	4.11	0.510	มาก
12. พนักงานที่ขับเคลื่อนเรื่อน้ำเชื่อถือ	4.19	0.567	มาก
13. การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย	4.17	0.555	มาก
14. การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะล้านมีความปลอดภัย	4.23	0.586	มากที่สุด
15. มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน	4.07	0.577	มาก
16. พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	3.90	0.597	มาก
17. ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่ พักผ่อน	3.90	0.539	มาก
18. ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะล้าน	3.95	0.431	มาก
19. โรงแรมที่พักมีความสะดวก สบาย	3.90	0.520	มาก
20. พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ	4.37	0.607	มากที่สุด
21. เกาะล้านมีที่พักที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า	4.58	0.551	มากที่สุด
22. อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย	4.78	0.482	มากที่สุด
23. อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย	4.72	0.607	มากที่สุด
24. อาหารมีรสชาติอร่อย	4.80	0.425	มากที่สุด
25. อาหารมีราคาที่เหมาะสม	4.85	0.385	มากที่สุด
รวม	4.42	0.340	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.42 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคืออาหารมีราคาที่เหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ย 4.85 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย มีคะแนนเฉลี่ย 4.80 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.79

อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.78 ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย มีคะแนนเฉลี่ย 4.72 อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.72 ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะด้าน 4.66 คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร มีคะแนนเฉลี่ย 4.66 ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะด้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 เป็นเกาะที่มีสภาพทัศนียภาพที่ดี มีคะแนนเฉลี่ย 4.64 ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 เกาะด้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า มีคะแนนเฉลี่ย 4.58 บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีคะแนนเฉลี่ย 4.57 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, แล่นเรือใบ มีคะแนนเฉลี่ย 4.49 มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.37 มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า มีคะแนนเฉลี่ย 4.31 การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะด้านมีความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 พนักงานที่ขับเคลื่อนเรือนำเชื้อถือ มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ย 4.17 ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะด้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.07 ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะด้าน มีคะแนนเฉลี่ย 3.95 และลำดับสุดท้ายคือ พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรมและโรงแรมที่พักมีความสะดวก สบาย มีคะแนนเฉลี่ย 3.90

**4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว**  
 เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นว่าในบรรดาความพึงพอใจทั้ง 26 ด้านสามารถจัดเป็นความพึงพอใจในด้านใดบ้างจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ปรากฏผลดังแสดงอยู่ใน ตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะด้านจังหวัดชลบุรี

มิติแห่งความพึงพอใจ	Factor loading
<b>ปัจจัยที่ 1 สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ (Eigenvalue 11.266)</b>	
ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ	.883
ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย	.854
ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะด้าน	.840

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

มิติแห่งความพึงพอใจ	Factor loading
เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี	.833
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะลัน	.807
บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	.792
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะลัน	.765
มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ	.507
<b>ปัจจัยที่ 2 ความปลอดภัย (Eigenvalue 4.606)</b>	
พนักงานที่ขับเคื่อนเรือน่าเชื่อถือ	.872
การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย	.850
การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะลันมีความปลอดภัย	.824
ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะลัน	.788
มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือ โดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน	.663
<b>ปัจจัยที่ 3 อาหารและคนท้องถิ่น (Eigenvalue 2.542)</b>	
อาหารมีราคาที่เหมาะสม	.865
อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย	.848
อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย	.827
อาหารมีรสชาติอร่อย	.784
คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	.614
<b>ปัจจัยที่ 4 ด้านที่พัก (Eigenvalue 1.630)</b>	
ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะลัน	.898
ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรม	.706
โรงแรมที่พักมีความสะดวก สบาย	.626
<b>ปัจจัยที่ 5 ด้านพนักงานและราคา (Eigenvalue 1.402)</b>	
พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ	.809
เกาะลันมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า	.701
มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า	.582

## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

มิติแห่งความพึงพอใจ	Factor loading
<b>ปัจจัยที่ 6 พนักงานเรือและกิจกรรม (Eigenvalue 1.080)</b>	
พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	.661
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, เล่นเรือใบ	.578
<b>KMO .849 Total Variance Explained 86.637%</b>	

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน แสดงอยู่ในตารางที่ 4.8 ค่า Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดมิติแห่งความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .849 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดมิติแห่งความพึงพอใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ การวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) เป็นการจัดกลุ่ม ตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนมิติแห่งความพึงพอใจทั้ง 26 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นมิติแห่งความพึงพอใจที่สำคัญ 6 กลุ่มปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Eigenvalue จากมากไปน้อยได้แก่ 1 ความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 2 ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความปลอดภัย 3 ความพึงพอใจต่ออาหารและคนท้องถิ่น 4 ความพึงพอใจต่อด้านที่พัก 5 ความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและราคา 6 ความพึงพอใจต่อพนักงานเรือและกิจกรรม

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อ ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว เกาะล้าน มากน้อยเพียงใด	4.88	0.328	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าการมาเที่ยวเกาะล้านคุ้มค่าน้อยแค่ไหน	4.89	0.316	มากที่สุด
3. ความเป็นไปได้ที่ท่านจะแนะนำเกาะล้านให้แก่ผู้อื่น	4.85	0.360	มากที่สุด
รวม	4.87	0.322	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อ  
ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนน  
เฉลี่ย 4.87 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือคิดว่าการมาเที่ยวเกาะล้านคุ้มค่า มีคะแนนเฉลี่ย 4.89  
รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน มีคะแนนเฉลี่ย 4.88 และความ  
เป็นไปได้ที่ท่านจะแนะนำเกาะล้านให้แก่ผู้อื่น มีคะแนนเฉลี่ย 4.85

4.7 การทดสอบสมมติฐานความคาดหวังด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบ  
ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ  
ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แสดงอยู่ในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย		t Value	Sig.	ผลการ ทดสอบ
	ชาย (212)	หญิง (188)			
ด้านการเข้าถึงและความปลอดภัย	4.39	4.33	-.616	.539	ไม่แตกต่าง
ด้านที่พักและพนักงาน	4.18	4.21	-.421	.667	ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย		t Value	Sig.	ผลการทดสอบ
	ชาย (212)	หญิง (188)			
ด้านอาหารและคนในท้องถิ่น	4.57	4.81	-4.785	.000	แตกต่าง
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.50	4.57	-1.526	.128	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะ	4.77	4.69	1.561	.119	ไม่แตกต่าง
ด้านที่พักและพนักงาน	4.18	4.21	-.421	.667	ไม่แตกต่าง
ด้านอาหารและคนในท้องถิ่น	4.57	4.81	-4.785	.000	แตกต่าง
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.50	4.57	-1.526	.128	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะ	4.77	4.69	1.561	.119	ไม่แตกต่าง

#### 4.7 การทดสอบสมมติฐานความคาดหวังด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว

##### 4.7.1 สมมติฐานความคาดหวังด้านความปลอดภัยเปรียบเทียบระหว่างเพศ

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศชายมีความคาดหวังด้านความปลอดภัยในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.39$ ) และเพศหญิงก็คาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.33$ ) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองเพศคาดหวังในระดับมากที่สุดไม่แตกต่างกัน (Sig. = .539) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

##### 4.7.2 สมมติฐานความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานเปรียบเทียบระหว่างเพศ

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านที่พักและพนักงานไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านที่พักและพนักงานแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.21$ ) และเพศชายก็คาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.18$ ) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองเพศคาดหวังในระดับมากที่สุดไม่แตกต่างกัน (Sig. = .667) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )



#### 4.7.3 สมมติฐานความคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นเปรียบเทียบระหว่างเพศ

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านอาหารและคนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านอาหารและคนในท้องถิ่นแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีความคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.81$ ) และเพศชายก็คาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.57$ ) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองเพศคาดหวังในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

#### 4.7.4 สมมติฐานความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเทียบระหว่างเพศ

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านอาหารและคนในท้องถิ่นแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.57$ ) และเพศชายก็คาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.50$ ) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองเพศคาดหวังในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .128) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

#### 4.7.5 สมมติฐานความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเทียบระหว่างเพศ

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านความสะอาด ความสวยงามรอบเกาะไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังในด้านความสะอาด ความสวยงามรอบเกาะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.77$ ) และเพศชายก็คาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.69$ ) เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองเพศคาดหวังในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .119) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

ผลการวิจัยที่แสดงอยู่ในตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่แตกต่างกันในด้านของอาหารและคนในท้องถิ่น กล่าวคือ ถึงแม้ว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงจะมีความคาดหวังมากที่สุดเหมือนกัน แต่เพศหญิงจะมีระดับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังด้านอาหารและคนท้องถิ่นที่สูงกว่าเพศชาย คือ 4.81 ซึ่งสูงกว่าเพศชายที่มีค่าเฉลี่ย 4.57 ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = .000)

#### 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคที่ต่างกัน แสดงอยู่ในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความคาดหวังต่างๆของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย						F Value	Sig.
	เอเชีย ตะวันออก (165)	เอเชีย ใต้ (68)	ยุโรป (98)	อเมริกา (16)	โอเชียเนีย (24)	ตะวันออกกลาง (29)		
ด้านความปลอดภัย	4.58	4.11	4.42	4.35	3.76	3.30	33.927	.000
ด้านที่พักและพนักงาน	4.67	3.63	3.96	4.00	3.66	4.14	69.816	.000
ด้านอาหารและคนในท้องถิ่น	4.82	4.86	4.49	4.30	4.20	4.63	14.086	.000
ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	4.73	4.42	4.41	4.05	3.86	4.91	39.556	.000
ด้านความสะดวกสบาย งานรอบเกาะ	4.82	4.61	4.86	4.33	4.11	4.82	18.371	.000

##### 4.8.1 สมมติฐานความคาดหวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกัน

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความคาดหวังความปลอดภัยนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.58$ ) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดเช่นกัน ( $\bar{x} = 4.42$ ) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ( $\bar{x} = 4.35$ ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ ที่คาดหวังด้านความปลอดภัยในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.11$ ) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ( $\bar{x} = 3.76$ ) และนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ( $\bar{x} = 3.30$ ) ซึ่งความคาดหวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

#### 4.8.2 สมมติฐานความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกัน

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านที่พักและพนักงานไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านที่พักและพนักงานแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความคาดหวังด้านที่พักและพนักงาน นักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.67$ ) รองลงมาคืออเมริกาซึ่งมีความคาดหวังในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.00$ ) รวมถึง เอเชียใต้ ( $\bar{x} = 3.63$ ) โอเชียเนีย ( $\bar{x} = 3.66$ ) ยุโรป ( $\bar{x} = 3.96$ ) และ ตะวันออกกลาง ( $\bar{x} = 4.14$ ) ซึ่งคาดหวังด้านที่พักและพนักงานแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

#### 4.8.3 สมมติฐานความคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกัน

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านอาหารและคนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านอาหารและคนในท้องถิ่นแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความคาดหวังด้านอาหาร และคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ มีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.86$ ) และในภูมิภาคอื่นๆก็เช่นกัน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ( $\bar{x} = 4.82$ ) ตะวันออกกลาง ( $\bar{x} = 4.63$ ) ยุโรป ( $\bar{x} = 4.49$ ) อเมริกา ( $\bar{x} = 4.30$ ) และ โอเชียเนีย ( $\bar{x} = 4.20$ ) ซึ่งคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

#### 4.8.4 สมมติฐานความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกัน

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.91$ ) รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ( $\bar{x} = 4.73$ ) เอเชียใต้ ( $\bar{x} = 4.42$ ) และยุโรป ( $\bar{x} = 4.41$ ) รองลงมาคือในระดับมาก อเมริกา ( $\bar{x} = 4.05$ ) และ โอเชีย

เนีย ( $\bar{x} = 3.86$ ) ซึ่งคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

4.8.5 สมมติฐานความคาดหวังด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกัน

$H_0$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะไม่แตกต่างกัน

$H_a$  นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันมีความคาดหวังในด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความคาดหวังด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป เอเชียตะวันออก ตะวันออกกลางมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.86$ ), ( $\bar{x} = 4.82$ ) และ ( $\bar{x} = 4.82$ ) ตามลำดับ รวมถึง นักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ ( $\bar{x} = 4.61$ ) อเมริกา ( $\bar{x} = 4.33$ ) และรองลงมาในระดับมากที่สุดคือ โอเชียเนีย ( $\bar{x} = 4.11$ ) ซึ่งคาดหวังด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคต่างกันในระดับมากที่สุดแตกต่างกัน (Sig. = .000) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก ( $H_a$ )

สมมติฐานด้านความคาดหวัง ความปลอดภัย ด้านที่พักและพนักงาน ด้านอาหารและคนในท้องถิ่น ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวก ความสวยงามรอบเกาะ ผลการทดสอบจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว พบว่าแตกต่างกันทุกด้าน (Sig. = .000)

#### 4.9 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีผลต่อการแนะนำต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการแนะนำผู้อื่น

Dependent variable	การแนะนำต่อผู้อื่น	
Independent variables	สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ ความปลอดภัย อาหารและคนท้องถิ่น ด้านที่พัก ด้านพนักงานและราคา พนักงานเรือและ กิจกรรม	
Prediction: Goodness-of-Fit		
Multiple R	.854	

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

R Square	.728			
Adjusted R Square	.724			
Standard Error	.189			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Squares	Mean Square	
Regression	6	37.661	6.277	
Residual	393	14.036	.036	
F = 175.747	Sig. F = .000			
Durbin-Watson	1.953			
Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	T-value	Sig.
สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ	.262	.326	8.244	.000
ความปลอดภัย	.151	.207	5.940	.000
อาหารและคนที่องถิ่น	.566	.672	17.225	.000
ด้านที่พัก	.057	.069	2.514	.016
ด้านพนักงานและราคา	.460	.414	10.004	.000
พนักงานเรือและกิจกรรม	.010	.014	2.341	.023
ค่าคงที่	2.530			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ	.443	2.259	25.677	
การเข้าถึงและความปลอดภัย	.567	1.765	30.991	

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

อาหารและคนท้องถิ่น	.454	2.201	32.518
ด้านที่พัก	.337	2.964	46.001
ด้านพนักงานและราคา	.404	2.474	48.579
พนักงานเรือและกิจกรรม	.402	2.485	74.451
ค่าคงที่			1.000

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

โดยที่ Y คือ การแนะนำต่อผู้อื่น

$X_1$  คือ สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ

$X_2$  คือ การเข้าถึงและความปลอดภัย

$X_3$  คือ อาหารและคนท้องถิ่น

$X_4$  คือ ด้านที่พัก

$X_5$  คือ ด้านพนักงานและราคา

$X_6$  คือ พนักงานเรือและกิจกรรม

ผลการทดสอบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 6 สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant) จากผลการวิเคราะห์ พบว่า  $F = 175.747$  Sig. = 0.000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 ซึ่ง Sig. น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้งหมด สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า Durbin-Watson = 1.953 ซึ่งมากกว่า 1.799 จึงสรุปได้ว่าไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (Multi collinearity) เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ  $X_1$  เท่ากับ 2.259  $X_2$  เท่ากับ 1.765  $X_3$  เท่ากับ 2.201  $X_4$  เท่ากับ 2.964  $X_5$  เท่ากับ 2.474 และ  $X_6$  เท่ากับ 2.485 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดตัวนี้ ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.724 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ ร้อยละ 72.4 เหลืออีกร้อยละ 27.6 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ ดังนี้

$$Y = 2.530 + .262X_1 + .151X_2 + .566X_3 + .057X_4 + .460X_5 + .010X_6$$

(8.244)\*\* (5.940)\*\* (17.225)\*\* (2.514)\* (10.004)\*\* (2.341)\*

**หมายเหตุ:** ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากค่า  $b_1 = .262$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.262 หน่วย (หรือ 26.2%)

จากค่า  $b_2 = .151$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าการเข้าถึงและความปลอดภัย มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความปลอดภัย เพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.151 หน่วย (หรือ 15.1%)

จากค่า  $b_3 = .566$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าอาหารและคนท้องถิ่น มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารและคนท้องถิ่น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.566 หน่วย (หรือ 56.6%)

จากค่า  $b_4 = .057$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านที่พัก มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านที่พัก เพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.57 หน่วย (หรือ 5.7%)

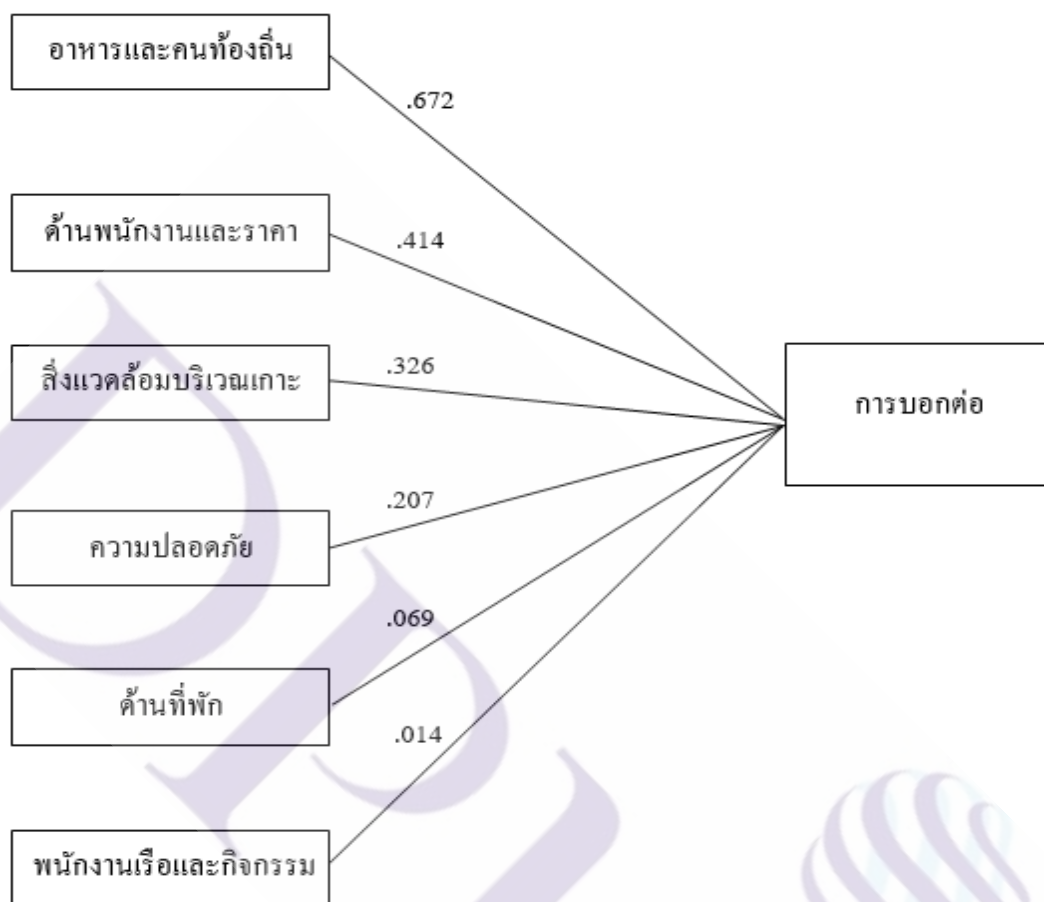
จากค่า  $b_5 = .460$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านพนักงานและราคา มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.460 หน่วย (หรือ 46.0%)

จากค่า  $b_6 = .010$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าพนักงานเรือและกิจกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำต่อผู้อื่น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อพนักงานเรือและกิจกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้การแนะนำต่อผู้อื่น เพิ่มขึ้น 0.010 หน่วย (หรือ 1%)

เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 6 พบว่า ความพึงพอใจต่ออาหารและคนท้องถิ่น มีความสำคัญมากที่สุด (Beta = .672) รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านพนักงานและราคา (Beta = .414) สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ (Beta = .326) การเข้าถึงและความปลอดภัย (Beta = .207) ด้านที่พัก (Beta = .069) และพนักงานเรือและกิจกรรม (Beta = .014) ตามลำดับ



ซึ่งสามารถเขียนเป็นในรูปแบบของแผนภูมิดังนี้



แผนภูมิที่ 4.1 อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจทั้ง 6 ด้านที่มีต่อการบอกต่อ

#### 4.10 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยความพึงพอใจต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Dependent variable		ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว		
Independent variables		สิ่งแวดลอมบริเวณเกาะ การเข้าถึงและความปลอดภัย อาหารและคนท้องถิ่น ด้านที่พัก ด้านพนักงานและราคา พนักงานเรือและกิจกรรม		
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.876			
R Square	.767			
Adjusted R Square	.763			
Standard Error	.160			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Squares	Mean Square	
Regression	6	32.965	5.494	
Residual	393	10.032	.026	
F = 215.224	Sig. F = .000			
Durbin-Watson	1.975			
Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	T-value	Sig.
สิ่งแวดลอมบริเวณเกาะ	.248	.338	9.221	.000
การเข้าถึงและความปลอดภัย	.204	.307	9.492	.000

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

อาหารและคนท้องถิ่น	.430	.560	15.505	.000
ด้านที่พัก	.092	.121	2.893	.026
ด้านพนักงานและราคา	.400	.394	10.280	.000
พนักงานเรือและกิจกรรม	.081	.123	3.201	.017
ค่าคงที่	2.623			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ	.443	2.259	25.677	
การเข้าถึงและความปลอดภัย	.567	1.765	30.991	
อาหารและคนท้องถิ่น	.454	2.201	32.518	
ด้านที่พัก	.337	2.964	46.001	
ด้านพนักงานและราคา	.404	2.474	48.579	
พนักงานเรือและกิจกรรม	.402	2.485	74.451	
ค่าคงที่			1.000	

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจ

X<sub>1</sub> คือ สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ

X<sub>2</sub> คือ การเข้าถึงและความปลอดภัย

X<sub>3</sub> คือ อาหารและคนท้องถิ่น

X<sub>4</sub> คือ ด้านที่พัก

X<sub>5</sub> คือ ด้านพนักงานและราคา

X<sub>6</sub> คือ พนักงานเรือและกิจกรรม

ผลการทดสอบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 6 สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant) จากผลการวิเคราะห์ พบว่า  $F = 215.224$  Sig. = 0.000

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 ซึ่ง Sig. น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้งสาม สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า Durbin-Watson = 1.975 ซึ่งมากกว่า 1.799 จึงสรุปได้ว่าไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ  $X_1$  เท่ากับ 2.259  $X_2$  เท่ากับ 1.765  $X_3$  เท่ากับ 2.201  $X_4$  เท่ากับ 2.964  $X_5$  เท่ากับ 2.474 และ  $X_6$  เท่ากับ 2.485 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดตัวนี้ ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.763 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดตัวนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ ร้อยละ 76.3 เหลืออีกร้อยละ 23.7 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ ดังนี้

$$Y = 2.623 + .248X_1 + .204X_2 + .430X_3 + .092X_4 + .400X_5 + .081X_6$$

(9.221)\*\* (9.492)\*\* (15.505)\*\* (2.893)\* (10.280)\*\* (3.201)\*

**หมายเหตุ :** ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากค่า  $b_1 = .248$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.248 หน่วย (หรือ 24.8%)

จากค่า  $b_2 = .204$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าการเข้าถึงและความปลอดภัย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเข้าถึงและความปลอดภัย เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.204 หน่วย (หรือ 20.4%)

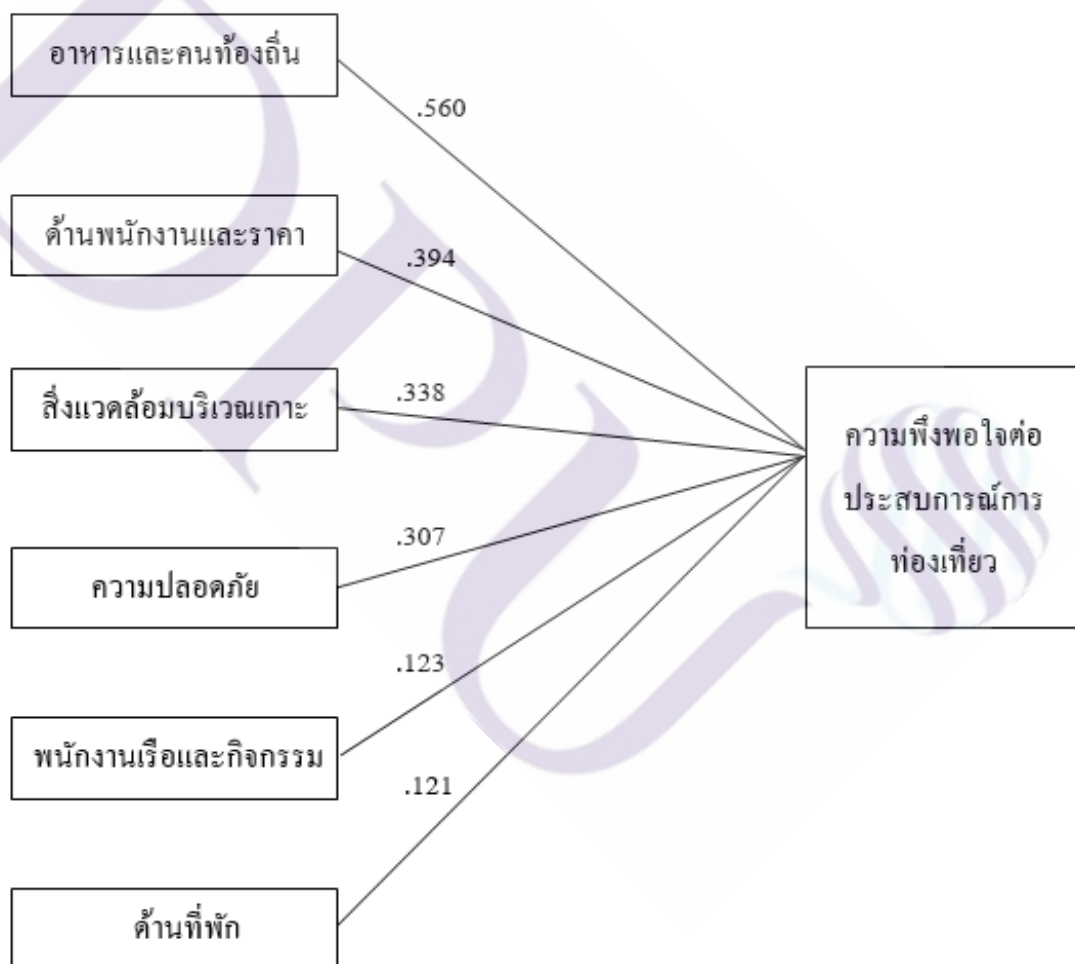
จากค่า  $b_3 = .430$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าอาหารและคนท้องถิ่น มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารและคนท้องถิ่น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.430 หน่วย (หรือ 43%)

จากค่า  $b_4 = .092$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านที่พัก มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านที่พัก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.092 หน่วย (หรือ 9.2%)

จากค่า  $b_5 = .400$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านพนักงานและราคา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.400 หน่วย (หรือ 40.0%)

จากค่า  $b_6 = .081$  ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าพนักงานเรือและกิจกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อพนักงานเรือและกิจกรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจ เพิ่มขึ้น 0.081 หน่วย (หรือ 8.1%)

เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 6 พบว่า ความพึงพอใจต่ออาหารและคนท้องถิ่น มีความสำคัญมากที่สุด (Beta = .560) รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านพนักงานและราคา (Beta = .394) สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ (Beta = .338) การเข้าถึงและความปลอดภัย (Beta = .307) พนักงานเรือและกิจกรรม (Beta = .123) และด้านที่พัก (Beta = .121) ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนในรูปแบบของแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 4.2 อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจทั้ง 6 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว

## บทที่ 5

### บทสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะจากการศึกษาความคาดหวัง และมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความคาดหวังในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษามิติความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่น ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 5 ส่วน ประกอบด้วย 1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล 2) คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับมี 5 ระดับ (Rating Scale) 3) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับมี 5 ระดับ (Rating Scale) 4) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เป็นคำถามแบบระดับเรียงลำดับมี 5 ระดับ (Rating Scale) และ 5) คำถามเกี่ยวกับเป็นส่วนข้อเสนอแนะ แสดงความคิดเห็นและเป็นคำถามปลายเปิด และการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการเสนอผลงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย อัตราส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการประเมินผล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และวิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อยู่ยุโรป และเอเชียใต้ อายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี รองลงมาคือ 35 – 44 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาสูงสุดระดับการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/วิชาชีพชั้นสูงนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพ เสมียน/พนักงาน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เสมียน/พนักงาน รองลงมาคือผู้บริหาร นักวิชาชีพชั้นสูงและนักเทคนิค ผู้ประกอบการ และไม่ได้ประกอบอาชีพเกษียณอายุแม่บ้าน ลักษณะการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดการเดินทางด้วยตนเอง และส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืนบนเกาะล้าน โดยส่วนใหญ่พักอยู่ในพัทยา สอดคล้องกับ ทศพลเดช (2553). ศึกษาเรื่อง ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงโดยพบว่า นักท่องเที่ยวอิสระชาวยุโรป ส่วนใหญ่มีกลุ่มอายุ 25-34 ปี

### 5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ความคาดหวังด้านอาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในการรับบริการ รองลงมาคือความคาดหวังด้านอาหารมีราคาที่เหมาะสม ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน อาหารมีรสชาติอร่อย เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย มีความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร เหมาะสมกับ บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตปลา, ว่ายน้ำ, เล่นเรือใบ มี ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน เกาะล้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน มีความสวยงามของทัศนียภาพที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า ภาครัฐมีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากผลดังกล่าวสามารถนำมาสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านแหล่งทรัพยากรที่สำคัญในการท่องเที่ยวของเกาะล้าน โดยต้องมีการร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนที่อยู่อาศัยบนเกาะล้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และยังมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

### 5.1.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ค่า Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปรที่ใช้ในการวัดความคาดหวัง



ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .908 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดความคาดหวังมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ การวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนความคาดหวังทั้ง 26 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นความคาดหวังที่สำคัญ 5 กลุ่มปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Eigenvalue จากมากไปน้อยได้แก่ 1) ความสะดวกปลอดภัยในการเดินทาง 2) ที่พักและพนักงาน 3) อาหารและคนในท้องถิ่น 4) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะ จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในด้านของความสะดวกปลอดภัยในการเดินทางเป็นอันดับแรก

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านแรกคืออาหารมีราคาที่เหมาะสม ในการท่องเที่ยวสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการมาเยือนถึงถิ่นต้องได้รับประทานอาหารที่เป็นอาหารท้องถิ่น อาหารขึ้นชื่อในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นราคาของอาหารจึงมีความสำคัญรวมถึงคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารเช่นกัน รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ สุณี เพ็ชรงาม (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มีความคาดหวัง ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านบริการนำเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวด้านสินค้าและของที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้านลำดับแรกคือคิดว่าการมาเที่ยวเกาะล้านคุ้มค่า รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน และความเป็นไปได้ที่ท่านจะแนะนำเกาะล้านให้แก่ผู้อื่น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน แสดงอยู่ในตารางที่ 4.8 ค่า Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ของชุดตัวแปร

ที่ใช้ในการวัดมิติแห่งความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเท่ากับ .849 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในสเกลที่ใช้วัดมิติแห่งความพึงพอใจมีสหสัมพันธ์กันมากเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยได้ การวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรที่สะท้อนแนวคิดที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าข้อความที่สะท้อนมิติแห่งความพึงพอใจทั้ง 26 ข้อความ สามารถสรุปออกมาเป็นมิติแห่งความพึงพอใจที่สำคัญ 6 กลุ่มปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากค่า Eigenvalue จากมากไปน้อยได้แก่ 1 สิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 2 การเข้าถึงและความปลอดภัย 3 อาหารและคนท้องถิ่น 4 ด้านที่พัก 5 ด้านพนักงานและราคา 6 พนักงานเรือและกิจกรรม

#### 5.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ และมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ความคาดหวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังด้านความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วน ภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังด้านที่พักและพนักงานต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ และภูมิภาค ที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังด้านอาหารและคนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความคาดหวังด้านความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังด้านความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนภูมิภาค

ที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความคาดหวังด้านความสะดวกและความสวยงามบริเวณเกาะต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ และมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ และภูมิภาคต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และภูมิภาค ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการเข้าถึงและความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความพึงพอใจด้านอาหารและคนท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านอาหารและคนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วน ภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านอาหารและคนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความพึงพอใจด้านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ และภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านที่พักต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความพึงพอใจด้านพนักงานและราคาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ และภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านพนักงานและราคาต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ความพึงพอใจด้านพนักงานเรือและกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ และภูมิภาคที่ต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านพนักงานเรือและกิจกรรมต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## 5.2 อภิปรายผล

ในการศึกษาความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นเพศชาย มีอายุ 25 – 34 ปี มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา มีอาชีพ เสริมเงินและพนักงาน มีรายได้ต่อปี 15,001 – 20,000 เหรียญสหรัฐ มีสถานภาพสมรส จัดการเดินทางด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืน ส่วนที่พักระหว่างวันพักอยู่ 2 วัน โดยที่ผลการศึกษา สรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคืออาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย รองลงมาคืออาหารมีราคาที่เหมาะสม
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.42 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคืออาหารมีราคาที่เหมาะสม รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.87 เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือคิดว่าการมาเที่ยวเกาะล้านคุ้มค่า รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน
4. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีภูมิภาคที่ต่างกัน มีอายุต่างกัน มีการศึกษาต่างกันและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อปีต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้และมาจากภูมิภาคที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

เพื่อให้เกิดการตัดสินใจในการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการบริการของที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวด้านต่างๆ เพราะการบริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและที่พักแรม ที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้ตัวนักท่องเที่ยวได้ไปพบและสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนามีดังนี้

1. ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดการความปลอดภัยที่เป็นรูปธรรม และต่อเนื่องกันทั้งระบบมีการวางนโยบายในการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักบทบาทและหน้าที่ของตำรวจท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เพื่อที่สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีเพิ่มจตุรศึกษความปลอดภัยในหลายๆ จุดที่เป็นจุดเสี่ยงยังควรทำการติดตั้งกล้องวงจรปิด CCR บนที่เปลี่ยวบริเวณรอบๆเกาะล้าน
2. ที่พักเป็นสินค้าในกลุ่มธุรกิจที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible Product) การตัดสินใจซื้อใช้บริการของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นและความต้องการโดยตรง นั่นคือความคาดหวังที่ผู้ให้บริการต้องการที่จะได้รับ ดังนั้น โรงแรมจึงควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในห้องพักที่ครบถ้วนและเพียงพอห้องพักมีความสะอาดและความหลากหลายของอาหารในห้องอาหารที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

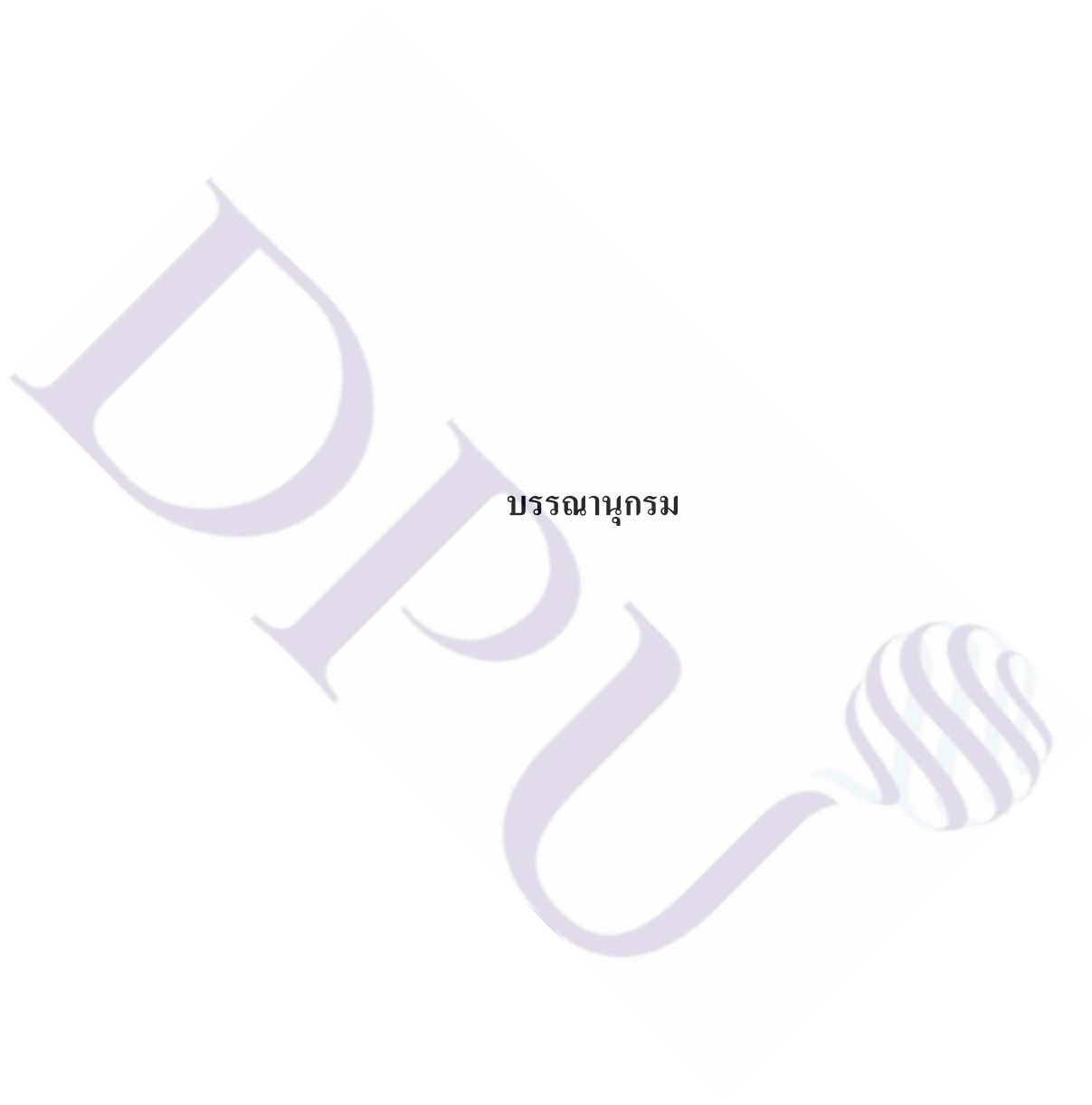
3. ด้านอาหารและคนในท้องถิ่น เนื่องจากเกะลันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความนิยมมากเกะหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณเกะที่อาจพบกับร้านอาหารที่เรียบง่าย และคนในพื้นที่ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว จึงสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติได้ และสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นใจในเรื่องความสะอาดของอาหารและผู้ให้บริการที่ถูกต้องลักษณะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวยังกังวลอยู่ ดังนั้น หากภาครัฐไม่สามารถ กำกับ ดูแลสถานที่ปรุงและผู้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะนักท่องเที่ยวพบว่าอาหารที่ให้บริการไว้ไม่ปลอดภัยจนทำให้เกิดอาการป่วยแล้ว นอกจากผลเสียจะเกิดต่อผู้ให้บริการแล้วและมีผลเชิงลบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวมด้วย

4. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกะลันนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม และหาดส่วนตัวให้นักท่องเที่ยวได้ เลือกพักผ่อน ที่หลากหลายเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวแต่ขาดการดูแลผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติบนเกาะ และทรัพยากร ทางทะเลและชายฝั่งความเสื่อมโทรมของปะการังที่เกิดจากการปล่อยน้ำเสียจากสถานประกอบการต่างๆ ควรมีการเสริมสร้างให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

5. ด้านความสะอาด ความสวยงามรอบเกาะ ด้วยเกะลันมีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจากสถานการณ์การท่องเที่ยวบนเกาะลันที่เป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะเรื่องขยะและน้ำเสีย โดยในส่วนของขยะมีปริมาณเพิ่มขึ้นวันละ 50 ตัน ขณะที่การขนถ่ายขยะออกจากเกะทำได้วันละ 20-24 ตัน ส่งผลให้เกิดขยะตกค้าง หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรมีมาตรการในการรองรับให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ให้เจ้าหน้าที่ที่จัดเก็บขยะจัดเก็บอย่างรวดเร็วก่อนที่ขยะจะส่งกลิ่นเหม็นเพื่อไม่ให้ทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยว โดยมีการเพิ่มเวลาจัดเก็บ หรือเรือที่ใช้ในการขนถ่ายขยะเพื่อไม่ให้ขยะตกค้าง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปต้องใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย(รายจังหวัด)*. สืบค้นจาก <http://marketingdatabase.tat.or.th> สืบค้น เมื่อ 12 พฤษภาคม 2559
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่). (2557). *นโยบายและแผนการตลาด*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org> สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2559
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร
- กันยา สุวรรณแสง. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. สำนักพิมพ์รวมสารัน.
- กฤษณี รื่นรมย์,เพลินทิพย์ โกเมศโสภณและสาวิกา อุนหนันท์. (2547). *มุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น*. กรุงเทพฯ :อินโนกราฟฟี่ คส์
- ณภัทร ทิพย์ศรี .(2556). *ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวที่มีต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงราย*.วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย ) สืบค้นจาก <http://ojs.kmutnb.ac.th/index.php>
- ณัฐนรี สมิตร และสมบัติ กาญจนกิจ . (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอป่าฝ้าง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. (วิทยานิพนธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). สืบค้นจาก <http://ipejournal.com/pdf/7/7-1/subject/12>
- ถนอม เจริญลาภ. (2550). *กฎหมายทะเล เขตทางทะเลของประเทศไทย*. บริษัทสำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด. กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก <http://marinepolicy.trf.or.th>
- ทวีศักดิ์ เถลิมนแสน. (2558). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ชุมชนบ้านเดียม ตำบลเชียงแหวน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี*. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. (วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น). สืบค้นจาก <http://gsmis.gs.kku.ac.th/publish/details/19204>



- ทศพร เดชะ. (2553). *ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง*. (ปริญญา วิทยา ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ) . สืบค้นจาก [http://hesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco\\_Pla\\_Man/Thosapol\\_D](http://hesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Thosapol_D)
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2583). *ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL)*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิจัย การศึกษา คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ำฝน จันทน์นวล ,เกริกวุฒิ กันเที่ยง และนาถนลิน สีเขียว (2558) . *ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. สืบค้นจาก <http://www.eresearch.ssru.ac.th/xmlui/handle/123456789/992>
- ประชาชาติธุรกิจ.(2557) . *ข้อมูลการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://www.prachachat.net/news>
- พรศิริ บินนาราวิ. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*.วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. สืบค้นจาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/149667.pdf>
- ลักขณา สิริวัฒน์ . (2549). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน*. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล .(2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล.(2558). *แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย*. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วิเชียร ไชยบัง. (2544). *การวิเคราะห์องค์ประกอบประสิทธิภาพการสอนตามการรับรู้ของครู ประถมศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์*. สืบค้นจาก <http://jfklib.oas.psu.ac.th/opac/BibDetail>.
- วิภาพร มาพบสุข . (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2547). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สงศรี ชมพวงศ์. (2547). *การวิจัย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช : นครศรีธรรมราช.
- สถาบันวิจัยทรัพยากรทางน้ำ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <http://marinepolicy.trf.or.th>
- สุณี เพ็ชรงาม.(2553). *ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในการท่องเที่ยว ในประเทศไทย*.สารนิพนธ์ : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). *ข้อมูลการท่องเที่ยว* .

สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th/main>.

สำนักงานเมืองพัทยา (2552). *ข้อมูลจังหวัดชลบุรี*. สืบค้นจาก

<http://www.pattaya.go.th/city-information>.

สุพัตรา สุภาพ. (2546). *สังคมวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 23). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุทุมพร ทองอุไทย. (2523). *วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.วารสาร

อุบลวรรณ ภวกันันท์และคณะผู้เขียน. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย

ธรรมศาสตร์.

### ภาษาต่างประเทศ

Almagor, U. (1985). *A tourist's 'Vision quest' in an African game reserve*. *Annals of Tourism Research*.

Dann, G. (1978). *Tourist satisfaction: A highly complex variable*. *Annals of Tourism Research*.

Dorfman, P. W. (1979). *Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study in camping*. *Environment and behavior*.

Fick, G. R., and Ritchie, J. R. (1991). *Measuring service quality in the travel and tourism industry*. *Journal of Travel Research*.

Goodwin, C., and Ross, I. (1989). *Salient dimensions of perceived fairness in resolution of service complaints*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior* 2

Hugher, K. (1991). *Tourist satisfaction: A guided cultural tour in North Queensland*. *Australian Psychologist*.

Kerch, D. and Crutchfield, R. (1948). *Theory and Problems of Social Psychology*. New York . McGraw-Hill.

Kotler, P., Chandler, P., Gibbs, R., and McColl, R. (1998). *Marketing in Australia*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Prentice-Hall.

- Kotler, Philip. (1997). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Mossberg, L. (1995). *Tour leaders and their importance in charter tours*. *Tourism Management*.
- Moutinho, L. (1987). *Consumer behavior in tourism*. *European Journal of Marketing*.
- Norman, R. (1984). *Service Management*. New York: John Wiley and Sons.
- Pearce, P. L. (1982). *Perceived changes in holiday destination*. *Annals of Tourism Research*.
- Pearce, P. L. (1984). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Pearce, Philip L., Morrison, Alastair M and Rutledge, Joy L. (1998). *Tourism Bridges across Continents*. New: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Pizam, A., and Calantone, R. (1987). *Beyond psychographic-values as determinants of tourist behavior*. *International Journal of Hospitality Management*.
- Pizam, Abraham and Mansfeld, Yoel. (2000). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Pizan, A., Milman, A., and Jafari, J. (1991). *Influence of tourism on attitudes: U.S. students visiting USSR*. *Tourism Management*.
- Pizan, A., Neumann, Y., and Reichel, A. (1978). *Dimensions of tourist satisfaction with a destination area*. *Annals of Tourism Research*.
- Ross, Glenn F. (1998). *The Psychology of Tourism, Second edition*. Melbourne: Hospitality Press.
- Schiffman, Leon G, and Kanuk, Leslie Lazer. (1987). *Consumer Behavior*. 3<sup>rd</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sutton, W. A. (1967). *Travel and understanding: Notes on the social structure of touring*. *International Journal of Comparative Sociology*.
- Swan, J. E., and Combs, L. J. (1976). *Product performance and consumer satisfaction: A new concept*. *Journal of Marketing*.
- Urry, J. (1991). *The sociology of tourism*. In Cooper, C. P. (ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management 3*, England: The University of Surrey.
- Van Raaij, W. F. (1986). *Consumer research on tourism: Mental and behavioral constructs*. *Annals of Tourism Research*.

Whipple, T. W., and Thach, S. V. (1988). *Group tour management: Dose good service produce satisfied customers ?*. Journal of Travel Research.





**ภาคผนวก**

### Questionnaire

**Subject :** Expectations and perceptions of foreign tourists that affect customer satisfaction in the KohLan Chonburi province.

**Objective :** To study the expectations and perceptions of foreign tourists that affect customer satisfaction in the KohLan Chonburi province.

Explanation 1: questionnaire is divided into five parts

Part 1 Personal information of respondents.

Part 2 Expectations of foreign tourists. On the visit KohLan of Chonburi province.

Part 3 The factors recognition of foreign tourists. The impact of satisfaction on KohLan of Chonburi province.

Part 4 The satisfaction of foreign tourists who visit the KohLan of Chonburi.

Part 5 Suggestion

2 . Please mark ✓ in the box  choose a reality.

3. The data from the test this time. To be a part of the student is research. For completeness of the information. The researchers therefore ask you to answer the questions as they really are. It will not have any effect on the answer to this question. Researcher thank you very much for taking the time to answer this questionnaire.

Thank you for cooperation

**Part 1** Personal information of respondents.

Objective : Please mark ✓ in the box  choose a reality.

## 1. Region

- |  |  |                                    |
|--|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> East Asia     | <input type="checkbox"/> South Asia    | <input type="checkbox"/> Europe    |
| <input type="checkbox"/> North America | <input type="checkbox"/> South America | <input type="checkbox"/> Australia |
| <input type="checkbox"/> Africa        | <input type="checkbox"/> Middle East   |                                    |

## 2. Sex

- |                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Male | <input type="checkbox"/> Female |
|-------------------------------|---------------------------------|

## 3. Age

- |  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15-24 years old | <input type="checkbox"/> 25-34 years old |                                       |
| <input type="checkbox"/> 35-44 years old | <input type="checkbox"/> 45-54 years old | <input type="checkbox"/> 55 and Older |
| <input type="checkbox"/> 65 years old    |  |                                       |

## 4. Education

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Secondary school/ high school | <input type="checkbox"/> Vocation at school     |
| <input type="checkbox"/> Bachelor Degree               | <input type="checkbox"/> Master Degree or above |

## 5. Occupation

- |  |  |                                    |
|--|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Students                            | <input type="checkbox"/> manager       | <input type="checkbox"/> Foreman   |
| <input type="checkbox"/> Operator                            | <input type="checkbox"/> Clerk / staff | <input type="checkbox"/> Craftsman |
| <input type="checkbox"/> Higher Vocational and techniques.   | <input type="checkbox"/> Farmers       |                                    |
| <input type="checkbox"/> Not employed / retired / housewife. |  |                                    |

## 6. Annual income

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Less than US \$ 10,000 | <input type="checkbox"/> 10001-15000 USD        |
| <input type="checkbox"/> 15001-20000 USD        | <input type="checkbox"/> 20,001- 30,000 USD     |
| <input type="checkbox"/> 30,001- \$ 50,000 USD  | <input type="checkbox"/> 50,001- \$ 100,000 USD |
| <input type="checkbox"/> US \$ 100,001 or more  |   |



## 7. Marital status

 Single Divorce marry Widowed

## 8. The manner of traveling.

 Travel with a tour group Traveling by yourself

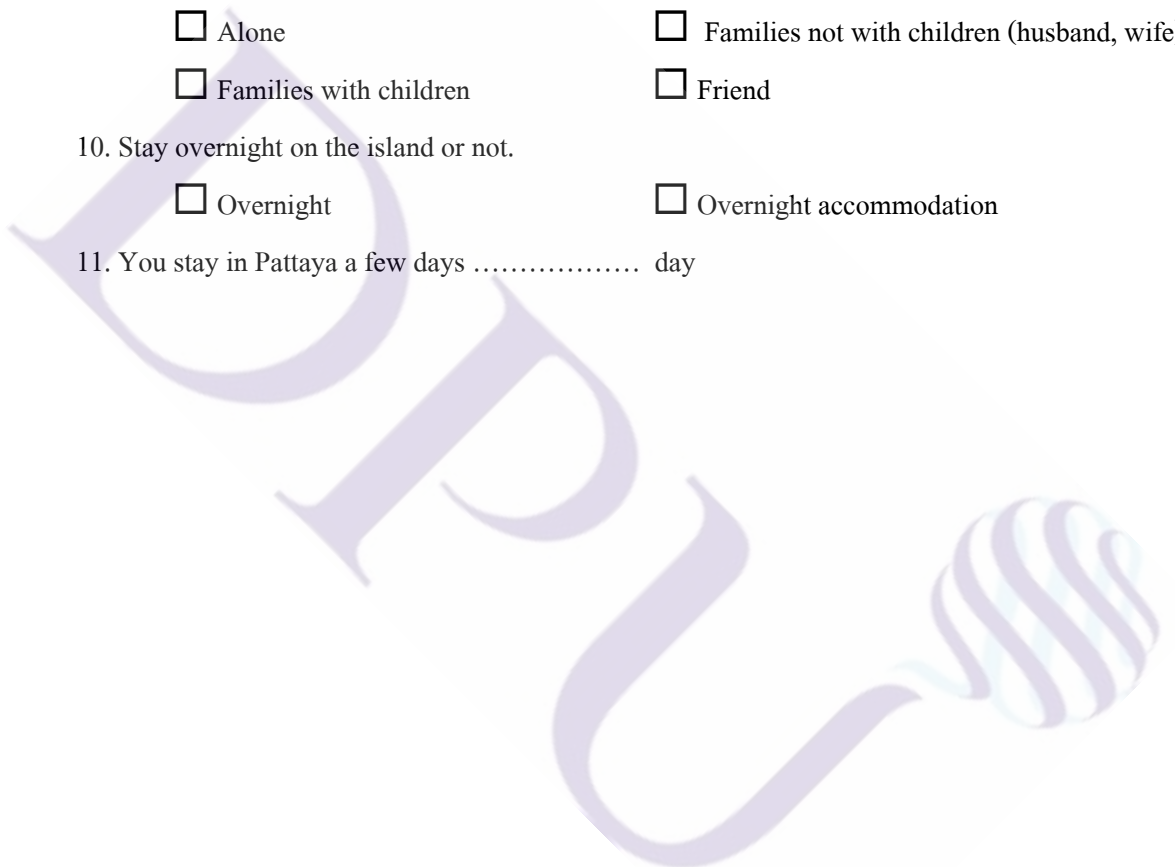
## 9. Travel to the island to reach.

 Alone Families with children Families not with children (husband, wife). Friend

## 10. Stay overnight on the island or not.

 Overnight Overnight accommodation

## 11. You stay in Pattaya a few days ..... day



**Part 2** Expectations of foreign tourists. Towards aspects of Koh Lan tourism.

**Objective:** Please mark ✓ in the box

Criteria for the ratings

5	mean	The most desirable
4	mean	Desirable
3	mean	Moderate Expectations
2	mean	Low Expectations
1	mean	Not important

Expectations of foreign tourists the KohLan	Level Expectations				
	Most important	important	moderate	Not very important	least important
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. Natural beauty of the island					
2. Orderliness of buildings and structures on the island.					
3. Beautiful beaches around the island.					
4. The beaches and clean / garbage-free.					
5. The cleanliness of the sea water.					

Expectations of foreign tourists the KohLan	Level Expectations				
	Most important	important	moderate	Not very important	least important
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. Varieties of activities such as snorkeling, swimming, and boating.					
7. The relaxing atmosphere for relaxing.					
8. Efferent waste water and garbage management.					
9. Exotic scenery.					
10. Friendliness of local people.					
11. The island has a good image.					
12. Convenient accessibility.					
13. Boat driver and crew are trust-worthy					
14. The boat is in good condition.					
15. Safe to travel by road on the island.					
16. life-saving equipment on passenger ships are readily available.					
17. Boat crews are attentive to boat safety.					

Expectations of foreign tourists the KohLan	Level Expectations				
	Most important (5)	important (4)	moderate (3)	Not very important (2)	least important (1)
18. Accommodation /hotels on the island have unique designs.					
19. Accommodation /hotels are close to the beach.					
20. Hotels are equipped with basic requirement for guests.					
21. Hotels staff are friendly and efficient.					
22. Reasonably priced.					
23. Varieties of food/choices of food.					
24. Food is fresh and safe to eat.					
25. Delicious /Tasty food.					
26. Reasonable food price.					

**Part 3** Level of satisfaction towards KohLan.

**Objective :** Put a check ✓ in the box that corresponds to your satisfaction level.

Aspects of satisfaction	Satisfaction levels				
	Most satisfied (5)	Satisfied (4)	Moderately satisfied (3)	Not very satisfied (2)	least satisfied (1)
1. Natural beauty of the island					
2. Orderliness of buildings and structures on the island.					
3. Beautiful beaches around the island.					
4. The beaches and clean / garbage-free.					
5. The cleanliness of the sea water.					
6. Varieties of activities such as snorkeling, swimming, and boating.					
7. The relaxing atmosphere for relaxing.					
8. Efferent waste water and garbage management.					
9. Exotic scenery.					
10. Friendliness of local people.					
11. The island has a good image.					
12. Convenient accessibility.					
13. Boat driver and crew are trustworthy					

Aspects of satisfaction	Satisfaction levels				
	Most satisfied (5)	Satisfied (4)	Moderately satisfied (3)	Not very satisfied (2)	least satisfied (1)
14. The boat is in good condition.					
15. Safe to travel by road on the island.					
16. life-saving equipment on passenger ships are readily available.					
17. Boat crews are attentive to boat safety.					
18. Accommodation /hotels on the island have unique designs.					
19. Accommodation /hotels are close to the beach.					
20. Hotels are equipped with basic requirement for guests.					
21. Hotels staff are friendly and efficient.					
22. Reasonably priced.					
23. Varieties of food/choices of food					
24. Food is fresh and safe to eat.					
25. Delicious /Tasty food.					
26. Reasonable food price.					

**Part 4** Overall satisfaction and likeliness to spread good word-of-mouth

**Objective :** Please mark ✓ in the box  corresponding to your opinion.

27. Are you satisfied with the tour of the KohLan Chonburi province Much				
<b>Satisfaction levels</b>				
<b>Most</b> (5)	<b>Very</b> (4)	<b>Moderately</b> (3)	<b>Less</b> (2)	<b>least</b> (1)
28. The possibility that you will visit the KohLan again.				
<b>Most</b> (5)	<b>Very</b> (4)	<b>Moderately</b> (3)	<b>Less</b> (2)	<b>least</b> (1)
29. The possibility that would recommend the KohLan to the other.				
<b>Most</b> (5)	<b>Very</b> (4)	<b>Moderately</b> (3)	<b>Less</b> (2)	<b>least</b> (1)

**Part 5** Feedback comments on KohLan Chonburi.

.....

.....

Thank you for your cooperation



### แบบสอบถาม

เรื่อง ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน  
จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน  
จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน  
จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

3. ข้อมูลที่ได้จากการจัดทำแบบสอบถามในครั้งนี้เพื่อนำไปประกอบการวิจัยของนักศึกษาเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ ท่านจะไม่มีผลกระทบใด ๆ เกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างมาก ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ขอให้ท่านมีความสุขและเพลิดเพลินในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ  
นักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

#### 1. ภูมิภาค

- |   |                                       |                                     |
|---|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เอเชียตะวันออก | <input type="checkbox"/> เอเชียใต้    | <input type="checkbox"/> ยุโรป      |
| <input type="checkbox"/> อเมริกาเหนือ   | <input type="checkbox"/> อเมริกาใต้   | <input type="checkbox"/> ออสเตรเลีย |
| <input type="checkbox"/> แอฟริกา        | <input type="checkbox"/> ตะวันออกกลาง |                                     |

#### 2. เพศ

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

#### 3. อายุ

- |                                     |                                     |                                       |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15 – 24 ปี | <input type="checkbox"/> 25 – 34 ปี | <input type="checkbox"/> 35 – 44 ปี   |
| <input type="checkbox"/> 45 – 54 ปี | <input type="checkbox"/> 55 – 64 ปี | <input type="checkbox"/> 65 ปี ขึ้นไป |

#### 4. การศึกษาสูงสุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย | <input type="checkbox"/> อาชีวศึกษา          |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                | <input type="checkbox"/> ปริญญาโทหรือสูงกว่า |

#### 5. อาชีพ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ผู้บริหารนักวิชาชีพชั้นสูงและนักเทคนิค |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้างาน        | <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการ                           |
| <input type="checkbox"/> เสมียน/พนักงาน    | <input type="checkbox"/> ช่างฝีมือ                              |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร           | <input type="checkbox"/> ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ/แม่บ้าน   |

#### 6. รายได้ต่อปี

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 เหรียญสหรัฐ  | <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 เหรียญสหรัฐ |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 เหรียญสหรัฐ  | <input type="checkbox"/> 30,001 – 50,000 เหรียญสหรัฐ |
| <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 เหรียญสหรัฐ | <input type="checkbox"/> 100,001 เหรียญสหรัฐ ขึ้นไป  |

#### 7. สถานภาพการสมรส

- |                              |                               |                                   |                                |
|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง | <input type="checkbox"/> หม้าย |
|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|

## 8. ลักษณะการเดินทาง

 เดินทางกับคณะทัวร์ จัดการเดินทางด้วยตนเอง

## 9. ท่านเดินทางกับใคร

 ตามลำพัง ครอบครัวไม่มีบุตร(สามี,ภรรยา) ครอบครัวที่มีบุตร เพื่อน  อื่นๆ.....

## 10. ท่านพักค้างคืนบนเกาะล้านหรือไม่

 พักค้างคืน ไม่ได้พักค้างคืน

## 11. ท่านพักอยู่ในพัทยากี่วัน \_\_\_\_\_ วัน



ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

เกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละข้อ ในแบบสอบถามผู้วิจัยกำหนด 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ความคาดหวังมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคาดหวังมาก
3	หมายถึง	ความคาดหวังปานกลาง
2	หมายถึง	ความคาดหวังน้อย
1	หมายถึง	ความคาดหวังน้อยที่สุด

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความคาดหวัง				
	สำคัญ	สำคัญ	สำคัญ	สำคัญ	สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน					
2.ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้างอาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน					
3.ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ					
4.ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย					
5.ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน					
6.มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, เล่นเรือใบ					
7.บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน					
8.มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ					

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความคาดหวัง				
	สำคัญ มาก ที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปาน กลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	สำคัญ น้อย ที่สุด (1)
9.มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไป จากประเทศของข้าพเจ้า					
10.คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร					
11.เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี					
12.ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง เกาะล้าน					
13.พนักงานที่ขับเคลื่อนเรือน่าเชื่อถือ					
14.การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย					
15.การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะล้านมี ความปลอดภัย					
16.มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพ พร้อมใช้งาน					
17.พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อ ความปลอดภัย					
18.ความมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความ สะอาดของบริเวณที่พักแรม					
19.ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของ เกาะล้าน					
20.โรงแรมที่พักมีความสะดวก สบาย					

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความคาดหวัง				
	สำคัญ มาก ที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปาน กลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	สำคัญ น้อย ที่สุด (1)
	21.พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการ ให้บริการ				
22.เกาะล้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและ คุ้มค่า					
23.อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย					
24.อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย					
25.อาหารมีรสชาติอร่อย					
26.อาหารมีราคาที่เหมาะสม					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
	1.ความสมบูรณ์ของธรรมชาติรอบเกาะล้าน				
2.ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน รอบเกาะล้าน					
3.ความสวยงามของชายหาดบริเวณรอบเกาะ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.ชายหาดรอบเกาะมีความสะอาดเรียบร้อย					
5.ความใสสะอาดของน้ำทะเลบริเวณเกาะล้าน					
6.มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ดำน้ำชมปะการังตกปลา, ว่ายน้ำ, เล่นเรือใบ					
7.บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน					
8.มีการจัดการด้านขยะ น้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ					
9.มีความสวยงามของทิวทัศน์ที่แตกต่างไปจากประเทศของข้าพเจ้า					
10.คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร					
11.เป็นเกาะที่มีภาพลักษณ์ที่ดี					
12.ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงเกาะล้าน					
13.พนักงานที่ขับเคลื่อนเรื่อนำเชื้อถือ					
14.การเดินทางโดยสารเรือมีความปลอดภัย					
15.การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบนเกาะล้านมีความปลอดภัย					
16.มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตในเรือโดยสารมีสภาพพร้อมใช้งาน					



ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
17.พนักงานประจำเรือโดยสารเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย					
18.ควมมีเอกลักษณ์ สวยงาม และความสะอาดของบริเวณที่พักแรม					
19.ที่พักตั้งอยู่บริเวณใกล้บริเวณชายหาดของเกาะล้าน					
20.โรงแรมที่พักมีความสะดวก สบาย					
21.พนักงานมีความเป็นมิตรอัธยาศัยดีในการให้บริการ					
22.เกาะล้านมีที่พักแรมที่มีราคาเหมาะสมและคุ้มค่า					
23.อาหารมีให้เลือกรับประทานได้หลากหลาย					
24.อาหารมีความสด สะอาด และปลอดภัย					
25.อาหารมีรสชาติอร่อย					
26.อาหารมีราคาที่เหมาะสม					

**ส่วนที่ 4** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน  
จังหวัดชลบุรี

27. ท่านมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน มากน้อยเพียงใด				
<b>Satisfaction levels</b>				
<b>มากที่สุด</b> (5)	<b>มาก</b> (4)	<b>ปานกลาง</b> (3)	<b>น้อย</b> (2)	<b>น้อยที่สุด</b> (1)
28. ท่านคิดว่าการมาเที่ยวเกาะล้านคุ้มค่ามากน้อยแค่ไหน				
<b>มากที่สุด</b> (5)	<b>มาก</b> (4)	<b>ปานกลาง</b> (3)	<b>น้อย</b> (2)	<b>น้อยที่สุด</b> (1)
29. ความเป็นไปได้ที่ท่านจะแนะนำเกาะล้านให้แก่ผู้อื่น				
<b>มากที่สุด</b> (5)	<b>มาก</b> (4)	<b>ปานกลาง</b> (3)	<b>น้อย</b> (2)	<b>น้อยที่สุด</b> (1)

**ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวอารีรัตน์ วัชรโยธินกุล

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ธุรกิจส่วนตัว

