การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

A Study of Motivations and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Bangkachao Samut Prakan Province

DPU

กชพรรณ คัดชาชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2563

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

กชพรรณ คัดชาชัย

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2563

A Study of Motivations and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Bangkachao Samut Prakan Province

Kodchapan Kudchachai

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Art Program in Tourism Management

Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

2020

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

เสนอโดย นางสาวกชพรรณ คัดชาชัย

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์)

วันที่ 29 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ
ชื่อผู้เขียน	กชพรรณ คัดชาชัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผลจากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยเดินทางมาเยือนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ห้องน้ำ ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้านั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนมากที่สุด คือ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ โดยมีการประกอบกิจกรรมปั่นจักรยานมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท ในการท่องเที่ยว และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์

ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการนั้นมีปัจจัยผลักดันในระดับมากที่สุดให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนปัจจัยดึงดูดของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับอาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการเปรียบเทียบแรงจูงใจแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด กับอายุ อาชีพ รายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

DPU

Thematic Paper Title	A Study of Motivations and Satisfaction of Thai Tourists Visiting Bangkachao Samut Prakan Province
Author	Kodchapan Kudchachai
Theamatic Paper Advisor	Assoc. Prof. Dr. Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic Year	2020

ABSTRACT

The objectives of this study were to 1) study demographic characteristics, 2) to study motivations and satisfaction, and 3) to compare the differences of demographic characteristics related to motivations and satisfaction of Thai tourists traveling to the Bangkajao community Samut Prakan Province. The area of the motivation's evaluation included push and pull factors. The sample group of this study were 400 Thai tourists who had traveling to the Bangkajao community. Data were collected by distributing questionnaires using convenience sampling method. As for data analysis, descriptive analysis included the analysis of percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics included Independent T - Test and One - Way ANOVA at statistical significance of 0.05. The result showed that most of the sample group were traveling with friends / colleagues, visiting Bangka Chao for the first time and know the tourist information of Bang Ka Chao community. The travel time is approximately 1.01 - 3.00 hours by using a private car for traveling. The opinion that the facilities that should be provided in the most tourist attractions are toilets. To visit Bang Kajao community, the tourist attraction that is visited the most is the Sri Nakhon Khuean Garden. Which has the most activities of cycling. Most of the budget is less than 1,000 baht in tourism and prefer to travel during the weekends The results of the study of satisfaction of Thai tourists traveling to Bangkajao community Samut Prakan province, found that most are satisfied at a high level in tourist attractions, including the beauty of tourist attractions and tourism activities, such as natural photography activities.

DPU

The overall motivations and satisfaction were at high level. According to the differences of demographic characteristics related to motivations, the study revealed that there was statistically significant difference in occupation, number of times used to travel, and the time spent in traveling at the level of 0.05.

As for the tourism motivation of tourists traveling to Bangkajao community. Samut Prakan province has the highest level of Push factors to choose to travel to Bangkajao community for recreation. As for the Pull factor of Bangkajao community is the fresh air is natural. From the hypothesis testing, it was found that the comparison of Push factors to travel in Bangkajao community of Thai tourists, it was found that the age, salary and occupation that there were statistically significant at the level of 0.05.These results can be used as a guidelines for improving products and services which would be useful for the company and government's organizations whose work related to tourism in Bangkajao community.

DPU

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้โอกาสผู้วิจัยได้เข้าศึกษาในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยขอกรายขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง และดร.กัลยา สว่างคง กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งขอบคุณเลขานุการหลักสูตรที่คอยดูแลเอาใจใส่ เอื้ออำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาในการศึกษา พร้อมกันนี้ขอบคุณ นางสาวอัชฌา รัตนโอภาส ที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำกับผู้วิจัยเสมอมา และบุคคลที่สำคัญยิ่งที่ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ตลอดระยะเวลา 2 เดือน ได้แก่ นางสาวจิราพร เกตุงาม และนางสาวมธุรส สังข์วรรณะ ผู้วิจัยขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามด้วยความอดทน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวผู้ที่คอยเป็นกำลังใจในการศึกษาและเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มีการศึกษาในระดับสูง จนกระทั่งผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตอย่างสมภาคภูมิ

กชพรรณ คัดชาชัย

DPU

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย……	ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ……....	จ
กิตติกรรมประกาศ……	ช
สารบัญตาราง……	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ……..	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา……..…	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง…….	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว……	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว…….....	19
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	34
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	40
2.5 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ.....	47
2.6 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ.....	51
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
2.8 กรอบแนวความคิด…….....	71
3. วิธีดำเนินการวิจัย……	73
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง…….....	73

DPU

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	3.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
	3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	76
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล……..	76
	3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	76
4.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล…….	78
	4.1 ผลของการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ……...	78
	4.2 ผลของการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ……...	80
	4.3 ผลของการวิเคราะห์แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ……..	84
	4.4 ผลของการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ……..	85
	4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมติฐานการวิจัย……...	87
5.	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ…….	111
	5.1 สรุปผลการวิจัย……...	111
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย…….	115
	5.3 ข้อเสนอแนะ……...	117
	5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย……...	118
บรรณานุกรม…….		120
ภาคผนวก……..		125
ประวัติผู้เขียน…….		133

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค	10
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการพำนักในชุมชน สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน และรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือน	79
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ…….	80
4.3 แสดงค่าเฉลี่ยแรงจูงใจปัจจัยผลักดันและแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าจังหวัดสมุทรปราการ	84
4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ……..	86
4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมการท่องเที่ยว……..	88
4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมการท่องเที่ยว……..	90
4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและพฤติกรรมการท่องเที่ยว…...	92
4.8 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และพฤติกรรมการท่องเที่ยว…..	94
4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและพฤติกรรมการท่องเที่ยว.	96
4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test……..	99
4.11 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล……...	101
4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test……	102

DPU

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.13 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล……... 104

4.14 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล……... 104

4.15 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล……... 105

4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test…… 107

4.17 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล…….. 108

4.18 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับอาชีพของนักท่องเที่ยว…….. 109

4.19 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล……... 110

DPU

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.	ตำแหน่งพื้นที่ชุมชนบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ....	53
2.	พื้นที่ทำสวนของชุมชนบางกะเจ้า.....	55
3.	เส้นทางการเดินทางมายังชุมชนบางกะเจ้า จ.สมุทรปราการ.....	57
4.	กิจกรรมปั่นจักรยานภายในสวนศรีนครเขื่อนขันธ์.....	58

DPU

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพรรณและสัตว์ป่านานาชนิด หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ถือเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ที่สำคัญให้แก่ประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นนับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายในรูปแบบของการท่องเที่ยวจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในประเทศไทยเป็นเมืองที่ทันสมัย และมีธรรมชาติสวยงาม มีอาหารที่หลากหลายรวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาอย่างมหาศาลและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทางบวกต่อระบบเศรษฐกิจทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีผลต่อการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการสร้างระบบบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี

ในปัจจุบันสังคมของไทยนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจนกลายเป็นสังคมที่รีบเร่งต้องแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากสิ่งนี้ไปด้วยทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน การใช้ชีวิตที่ไม่ควรเร่งรีบ ไม่ควรถูกกดดัน และทำให้เกิดนิยามการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้นในชื่อ “Slow Tourism” การท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism คือ การท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบนักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้นเพราะผู้คนต่างเบื่อหน่ายสังคมเมืองที่วุ่นวายจึงอยากที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั้งด้าน

ร่างกายและจิตใจใช้เวลาทำกิจกรรมอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้นการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ควรเกิดภายใต้แนวคิด 10 ประการ (10 Slow: 10 S) ประกอบด้วย 1) Slow Activity คือ การประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ยาวนานขึ้นเน้นการพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม 2) Slow Logistic คือ การเดินทางที่ไม่เร่งรีบจนเกินไปมีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากการเดินทาง 3) Slow Food คือ การปรุงอาหารที่ประณีตใช้วัตถุดิบที่สดสะอาดและปลอดภัย 4) Slow Stay คือ การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้นและมีการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับท้องถิ่น 5) Slow Place/City คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นชุมชนหรือเมืองขนาดเล็กที่มีความสงบและปราศจากมลพิษ 6) Slow Money คือ การใช้จ่ายที่สมควรจ่ายไม่เอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกันของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว 7) Slow Development คือ การพัฒนาขนาดเล็กเพื่อการรองรับการท่องเที่ยว 8) Slow Accommodation คือ สถานที่พักแรมที่มีความสงบสะอาดปลอดภัยและมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี 9) Slow Life คือ การท่องเที่ยวท่ามกลางความสงบในธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นชนบท 10) Slow Energy คือ การประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานซึ่งถ้าประเทศไทยสามารถพัฒนา Slow Tourism ให้เกิดขึ้นได้ก็จะเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เพราะ Slow Tourism เป็นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประหยัดพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอีกด้วย (ชลดรงค์ ทองสง,2557)

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปสัมผัสธรรมชาติ ซึมซับบรรยากาศของชุมชนท้องถิ่น และเพลิดเพลินกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติแบบไม่เร่งรีบและเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอุดหนุนสินค้าของชุมชน ซึ่งชุมชนบางกะเจ้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่สีเขียวที่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด ถูกเรียกว่า “กระเพาะหมู” เนื่องจากมีรูปร่างคล้ายกระเพาะหมู และใกล้บริเวณแหล่งอุตสาหกรรม ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของกรุงเทพมหานคร อยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีประชากรอาศัยไม่หนาแน่น ได้รับการขนานนามว่า "ปอดสีเขียว" ของกรุงเทพ ปี พ.ศ. 2549 นิตยสารไทม์เอเชีย ฉบับ Best of Asia ได้ยกย่องให้บางกะเจ้าเป็นปอดกลางเมืองที่ดีที่สุดในเอเชีย (best urban oasis) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีขนาดใหญ่ติดอันดับต้น ๆ ของเอเชียที่อยู่ใกล้กรุงเทพ ฯ มากที่สุด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ เส้นทางจักรยานที่ปลอดภัยตลาดนัดบางน้ำผึ้งและอื่น ๆ อีกมากมายทั้งนี้ยังได้เรียนรู้และสัมผัส

ศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชนบางกะเจ้า ผู้คนที่มาบางกะเจ้ามักมาสัมผัสธรรมชาติและปั่นจักรยานชมวิวและมีการเปิดตลาดบางน้ำผึ้งในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และยังเป็นที่ตั้งของสวนสาธารณะในชุมชนและสวนพฤกษชาติศรีนครเขื่อนขันธ์มีพื้นที่ประมาณ 200 กว่าไร่

ในปัจจุบันประเทศไทยให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลที่ได้ไปนำเสนอหน่วยงานต่างๆที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการท่องเที่ยวรวมไปถึงการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งด้านการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์

2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อทราบถึงระดับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

DPU

4. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์แก่ชุมชนบางกะเจ้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานเอกชนอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง สิงหาคม พ.ศ.2562

1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง สิงหาคม พ.ศ.2562

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ คอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

1.5.3 พื้นที่ที่ใช้ศึกษา คือ ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.5.4 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึง กรกฎาคม พ.ศ.2562

1.5.5 ตัวแปรในการศึกษา มี 2 ลักษณะดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์

1. ลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษา สถานภาพ และภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2. แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

3. ความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ชุมชนบางกะเจ้า หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในตำบลบางกะเจ้า ตำบลบางกะสอบ ตำบลบางยอ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอบัว และตำบลทรงคะนอง ซึ่งเป็นพื้นที่สีเขียวเขตอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมของจังหวัดสมุทรปราการ

การท่องเที่ยวในชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่อาศัยทรัพยากรในชุมชนที่มีอยู่แล้วเป็นฐานหลักในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนที่อาศัยทรัพยากรจากธรรมชาติพื้นที่สีเขียวและพื้นที่อื่นๆ

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากถิ่นที่อยู่อาศัยจะถาวรหรือไม่ก็ตามไปยังบริเวณอื่น ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) ความสุขารมณ์เพื่อเหตุผลเกี่ยวกับเคหสถานของตนเองเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเรื่องไม่ว่าจะเป็นในเชิงวิทยาศาสตร์เชิงการสำรวจวิจัยการบริหารการทูตหรือศาสนา ฯลฯ และ (2) การทำธุรกิจของตนเองหรือของหมู่คณะ เช่น สำรวจตลาดตรวจรับสิ่งของที่สั่งซื้อติดต่อตัวแทนต่าง ๆ ฯลฯ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเส้นทางการท่องเที่ยวโดยผ่านกระบวนการตัดสินใจที่มีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล หรือปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจ

แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากภายในหรือภายนอกตัวบุคคลซึ่งสร้างความกระตือรือร้นและไม่ย่อท้อต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติอากาศบริสุทธิ์เป็นต้น

- เหตุผลการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ (ปัจจัยผลัก Push Factor) หมายถึง แรงจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาหรือความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว

-ปัจจัยดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ (ปัจจัยดึง Pull Factor) หมายถึง แรงจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการกำหนดจุดหมายปลายทาง และตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น โดยขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ตอบสนองต่อส่ง ๆ หนึ่งครอบคลุมทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ยานพาหนะ กิจกรรมนันทนาการหรือบริการอื่น ๆ ที่ได้รับการตอบสนองจากการมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

DPU

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.5 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

2.6 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8 กรอบแนวความคิด

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” แตกต่างกัน ดังนี้

ชวัลนุช อุทยาน (2552) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง ซึ่งพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) เป็นการ

ทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจิตใต้สำนึกจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

จักรกฤษณ์ เรืองเวช (2550:10) ได้พูดถึงความหมายของพฤติกรรมสอดคล้องกันว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมหรืออาการกระทำต่างๆ ของสิ่งมีชีวิตหรือการตองสนองที่บุคคลนั้นแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกโดยอาจแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น การพูด การหัวเราะ การเดิน การนั่ง การรับประทานอาหาร เรียกว่า พฤติกรรมภายนอกและการกระทำที่บุคคลอื่นมองไม่เห็นด้วยตาเปล่า เช่น ลักษณะความคิดที่จะต้องใช้การสังเกตโดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรม และพฤติกรรมประเภทนี้ เรียกว่า พฤติกรรมภายใน

ปริญ ลักษิตานนท์ และอุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2536 อ้างใน จักรกฤษณ์ เรืองเวช, 2550) พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำต่างๆ ของสิ่งมีชีวิตหรือการตอบสนองที่บุคคลนั้นแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยการแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น การเดิน การพูด การหัวเราะ เรียกว่า พฤติกรรมภายนอกหรือเป็นการกระทำที่บุคคลอื่นมองไม่เห็นด้วยตา เช่น การคิด การฝัน ต้องสังเกตโดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรม และพฤติกรรมประเภทนี้ เรียกว่า พฤติกรรมภายใน

สมโภชน์ เอี่ยมสุภายิต (2550) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า สิ่งที่บุคคลแสดงการกระทำออกมานั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือการโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้

Schiffman and Kanuk (1987 อ้างใน รัฐวัชร์ พัฒนจิระรุจน์, 2557) ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมา ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาซื้อใช้ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ และเป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้ง เงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและการบริการต่างๆ อันซึ่งประกอบไปด้วย ซื้ออะไร , ทำไมจึงซื้อ , ซื้อเมื่อไร , อย่างไร , ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การแสดงออกหรือการตอบโต้ของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งจะแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอก

ของแต่ละบุคคลโดยอาจแสดงออกมาในลักษณะที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัว หรือบุคคลอื่นที่สามารถสังเกตเห็นได้

2.1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จักรกฤษณ์ เรืองเวช (2550: 10) ให้ความเห็นว่าพฤติกรรมของมนุษย์ มีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่

2.1.2.1 ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมซึ่งบุคคลนั้นต้องการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างให้ความพอใจหรือตอบสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ใช้ในเวลานานถึงจะสามารถบรรลุผลของความต้องการของบุคคลนั้นๆได้ ซึ่งบุคคลนั้นมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกันและมักจะเลือกตอบสนองความต้องการที่รีบด่วนหรือตอบสนองความต้องการที่ห่างไกลออกไปในภายหลัง

2.1.2.2 ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ ซึ่งบุคคลนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้หมดทุกอย่างและความต้องการบางอย่างยังอยู่นอกเหนือความสามารถของตัวบุคคลนั้น

2.1.2.3 สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ

2.1.2.4 การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่บุคคลนั้นจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป ควรพิจารณาสถานการณ์เพื่อตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด

2.1.2.5 การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้รับเลือกแล้วซึ่งอยู่ในขั้นการแปลความหมาย

2.1.2.6 ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมใดๆ ย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้นๆ ซึ่งผลที่ได้รับอาจจะเป็นไปตามที่คิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมาย (Contradict) ก็เป็นได้

2.1.2.7 ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากบุคคลนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าบุคคลนั้นประสบกับความผิดหวังในกรณีเช่นนี้ บุคคลนั้นอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ได้ จากองค์ประกอบของพฤติกรรมที่กล่าวมานี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าการที่นักท่องเที่ยวมี

พฤติกรรมที่แตกต่างกันนอกจากจะมาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันแล้วองค์ประกอบของพฤติกรรมยังเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไปผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไรเพื่อช่วยสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมการบริโภคประกอบด้วย (6 Ws และ 1 H)

- 6 Ws คือ Who, Whom, What, Why, When, Where
- 1 H คือ How

ตารางที่ 1 แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) - ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค	- กลยุทธ์ 4 Ps หรือมากกว่า Product, Price, Place, Promotion ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่สินค้าและบริการคุณสมบัติ องค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ (Product Component)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อได้แก่ปัจจัย	- กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด (Promotion Strategies) ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทา ให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

DPU

ตารางที่ 1 แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค (ต่อ)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
	ภายในปัจจัยภายนอกและปัจจัยเฉพาะบุคคล	กำหนดแนวความคิดและจุดขายในการโฆษณา
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้	- กลยุทธ์การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด (Advertising And Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์การโฆษณาและเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปีฤดูกาลท่องเที่ยวเทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	- กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด(Promotion Strategies) เช่นส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยวการส่งเสริมการขายความร่วมมือระหว่างธุรกิจ(Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย(Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) โดยผ่านสถาบันการค้าส่ง สถาบันการค้าปลีก

DPU

ตารางที่ 1 แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค (ต่อ)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

(ที่มา: ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550)

ในการที่จะแสวงหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเลือกกลยุทธ์การตลาดนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่เราจะต้องเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มนิยมแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่ไม่เหมือนกันในทางวิชาการเศรษฐศาสตร์มีทฤษฎีที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการชนิดต่างๆ ว่าเหตุใดจึงมีความประสงค์จะบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดนั้นและบริโภคเป็นปริมาณเท่าไร

รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่อาจกล่าวได้ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดเพราะการเดินทางท่องเที่ยวจัดว่าเป็นรายการใช้จ่ายที่ “ฟุ่มเฟือย” คือจะใช้จ่ายก็ต่อเมื่อมีรายการที่จำเป็นทั้งหลายได้รับการตอบสนองหมดสิ้นแล้วเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นการใช้จ่ายเพื่อการหาความสุขความเพลิดเพลินก็จะเพิ่มขึ้นมากคือเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มของรายได้ในทางเศรษฐศาสตร์เราจัดว่าการใช้จ่ายเพื่อเดินทางท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ที่มี “ความยืดหยุ่น” สูงต่อการเพิ่มของรายได้จึงเป็นที่ปรากฏว่าในช่วงระยะเวลาที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นมากและในช่วงเวลาของความซบเซาทางเศรษฐกิจจำนวนและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน

ปัจจัยความชอบเฉพาะบุคคลนั้นมีบทบาทเป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่จะบอกให้ทราบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่ม อายุ อาชีพ เพศ ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมต่างกันจะชื่นชอบการท่องเที่ยวประเภทใดและเมื่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนไปจะมีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป

อย่างไรเมื่อเราทราบองค์ประกอบของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ กัน เราก็สามารถจะทราบได้ว่าจะมีอุปสงค์สำหรับบริการต่างๆ และสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ มากหรือน้อยเพียงไรข้อมูลเช่นนี้จะมีประโยชน์ในการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาในระดับต่างๆ ให้สอดคล้องกับอุปสงค์ที่จะเกิดผลตอบแทนสูงและคุ้มค่าเงินงบประมาณที่จ่ายไป กลุ่มต่างๆ ทางสังคมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวนั้นอาจจัดได้ตามสิ่งต่อไปนี้

1. อายุ ผู้สูงอายุจะแสวงหาความเพลิดเพลินจากกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิด Mass Tourism คือ ใช้ความพยายามทางร่างกายและสมองน้อยและพักแรมในสถานที่ที่ให้ความสะดวกสบายทางร่างกาย ตามคำนิยามศัพท์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกลุ่มนี้ประกอบด้วย Elderly, Ladies, Family ส่วนผู้ที่มีอายุวัยหนุ่มสาวและวัยเรียนจะต้องการความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสใช้ความพยายามทางร่างกายพบเห็นสิ่งแปลกตาแปลกใจและได้รับความรู้ทางสติปัญญา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ตรงกับกลุ่ม Youth/ Students, Adventurers, Cultures Exchange

2. เพศ นักท่องเที่ยวเพศชายถ้ามาโดยลำพังมักจะแสวงหาความเพลิดเพลินจากแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่เสนอบริการเครื่องดื่มและสถานบันเทิงถ้ามากับครอบครัวก็แสวงหาความเพลิดเพลินประเภท Mass Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวสตรีก็มักสนใจกับแหล่งซื้อสินค้าทั้งสินค้าฟุ่มเฟือยราคาแพง เสื้อผ้าเครื่องประดับตลอดจนสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น

3. อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชนชั้นกลาง (Middle Class) ที่ประกอบอาชีพลูกจ้าง พนักงานและตำแหน่งอื่นๆ จนถึงระดับผู้บริหารและผู้ประกอบวิชาชีพอิสระนักท่องเที่ยวระดับผู้บริหารตรงกับกลุ่มที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเรียกว่ากลุ่ม Business, Leisure, Golf, Health, MICE (ประชุม, สัมมนา, งานแสดงสินค้า ฯลฯ) ส่วนผู้ประกอบวิชาชีพจะเข้าข่ายกลุ่ม Teacher, Lecturer กลุ่มผู้บริหารจะต้องการสถานที่พักที่หรูหราสะดวกสบายมีโอกาสพบปะบุคคลในสาขาอาชีพระดับเดียวกันพร้อมกันกับการพักผ่อนตามรสนิยมของกลุ่มอายุส่วนผู้ที่ทำงานในระดับต่ำลงมามักจะมีงานอาชีพที่ต้องทำงานจำเจซ้ำซากที่น่าเบื่อหน่ายไม่มีโอกาสเดินทางเชิงธุรกิจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะแสวงหาบรรยากาศที่ต่างไปจากสภาพแวดล้อมประจำวันในสถานที่ประกอบอาชีพต้องการความตื่นเต้นเร้าใจและแหล่งธรรมชาติที่เพียงแต่เยี่ยมชมไม่ต้องการใช้ความพยายามทางร่างกายส่วนผู้ที่มีอาชีพทางการเกษตรจะไม่ต้องการเยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติเพราะอยู่กับธรรมชาติมาแล้วตลอดปีสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แสวงหาก็คือการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและเทศกาลท้องถิ่น

4. ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมปัจจัยนี้ปรากฏชัดเมื่อเราเปรียบเทียบพฤติกรรมในเรื่องการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่มาจากภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกและนักท่องเที่ยวชาวไทย จากข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั่วไปปรากฏว่าชาวยุโรปมักนิยมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติการผจญภัยการเดินป่า ฯลฯ คือกิจกรรมที่ต้องใช้ความพยายามทางร่างกายเพื่อผจญกับความท้าทายของธรรมชาตินักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดว่าอยู่ในข่าย Diving, Adventurer, Expats and ,Overland ตามนิยามศัพท์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้มีความเป็นอยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มั่นคงเป็นระเบียบทุกคนได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการประกอบอาชีพและดำรงชีวิตประจำวันความท้าทายความสามารถทางร่างกายและจิตใจมีน้อยจนรู้สึกเบื่อหน่ายต้องการแสวงหาการสัมผัสธรรมชาติความท้าทายการผจญภัยที่ต้องใช้ความพยายามทางร่างกายและความมั่นคงทางจิตใจเข้ามาแก้ไขแต่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมักมาจากกลุ่มชนชั้นกลางที่เพิ่งผ่านพ้นระยะเวลาของการต้องพากเพียรทำงานเพื่อสะสมทรัพย์สินมีความเหนื่อยล้าต้องการพักผ่อนที่ใช้ความพยายามทางร่างกายน้อยพักในโรงแรมที่สะดวกสบายเยี่ยมชมและซื้อสินค้าที่ระลึกอีกประการหนึ่งวัฒนธรรมของชาวเอเชียไม่นิยมการใช้แรงงานหรือความพยายามทางร่างกายเพราะถือว่าเป็นวิถีชีวิตของคนด้อยฐานะทางสังคมจึงไม่ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชีย (ยกเว้นญี่ปุ่น) นิยมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ต้องมีการผจญภัยเฉกเช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ (2545) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ควรทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งขึ้นกับสภาพสังคมที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึงปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

2.1.3.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติหากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักถูกจัดอันดับต้นๆ เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านที่พักจะใช้บริการที่พักในโรงแรมระดับสี่ดาวถึงห้าดาวด้านอาหารจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือภัตตาคาร ด้านนันทนาการจะใช้บริการอยู่ในโรงแรมระดับสูงด้านการท่องเที่ยวจะใช้บริการกับทางบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวด้านการซื้อสินค้าที่ระลึกจะเลือกซื้อที่อยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้นตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่ม

ประเทศพื้นฐานไม่ค่อยดีการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งด้วยจึงมักมีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

2.1.3.2 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อยๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ กว่าหนึ่งพันล้านคนผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีพอในการเดินทางท่องเที่ยวได้ย่อมอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคมการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคนเป็นต้น

2.1.3.3 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวียนั้นมักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาดโดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานานๆ เพราะท้องถิ่นที่อาศัยอยู่นั้นเป็นเขตหนาวมีแสงแดดน้อยมากตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่นศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือแหล่งบันเทิงในร่ม (In house Entertainment) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอดและถ่ายทอดมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้นทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทางการซื้อสินค้าการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

2.1.3.4 ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น รัฐบาลอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากอีกทั้งยังมีศาสนาสถานที่สำคัญของศาสนาคริสต์ที่นักแสวงบุญต้องการเดินทางด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดอะไรขึ้นเมื่อใดและมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตล์ตลอดเวลาทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

2.1.3.5 ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาวิวัฒน์ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของท่องเที่ยวอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันทางสื่ออิเลคทรอนิคส์คืออินเตอร์เน็ตหรือสื่อทางดาวเทียม และอื่นๆ ปัจจัยด้านสื่อสารมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม เช่น เหตุการณ์เมื่อกลางเดือน มีนาคม พ.ศ. 2541 เมื่อทางกระทรวงสาธารณสุขฮ่องกงที่เดินทางกลับบ้านจากประเทศไทยได้ติดเชื้ออหิวาตกโรคทำให้เสียภาพพจน์ด้านการท่องเที่ยวของไทยตกต่ำไปในทันทีทั้งที่ในความเป็นจริงประเทศไทยได้ปลอดภัยจากเชื้ออหิวาตกโรคแล้วกว่า 20 ปี

2.1.3.6 ปัจจัยทางเวลาสภาวะและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้งปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อมหากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางทันทีอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว

2.1.3.7 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมถึงการให้การบริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารอันได้แก่ระบบการจองสำรองที่นั่งเครื่องบินการออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกรวดเร็วนักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไปผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไรเพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

2.1.4 ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า เขาซื้อบริการท่องเที่ยวอะไรทำไมถึงซื้อบริการท่องเที่ยวนั้นซื้อบริการท่องเที่ยวเมื่อไหร่ซื้อบริการท่องเที่ยวที่ไหนซื้อบริการท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนและหลังจากซื้อบริการท่องเที่ยวแล้วเขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไรหากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวหรือทำให้

นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทุ่งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมายเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการที่ตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดนั้นและทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุดโดยมุ่งเน้นพฤติกรรมพื้นฐานทางวัฒนธรรมประเพณี และอาชีพของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยสามารถสรุปความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ 3 ประการ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น.34)

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาที่มีความแปรเปลี่ยนอยู่เสมอ เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำของมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่ไม่มีความคงที่อันได้แก่ สภาวะแวดล้อมภายนอกและพฤติกรรมความรู้สึกนึกคิดความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวดังนั้นนักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถึงตระหนักว่ากลยุทธ์การตลาดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับการที่ปฏิสัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกนึกคิดการกระทำของตัวนักท่องเที่ยวกับภาวะภายนอกกล่าวคือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมิได้เกิดจากปัจจัยด้านตัวนักท่องเที่ยวเพียงลำพังแต่จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกที่อยู่แวดล้อมนักท่องเที่ยวด้วยดังนั้นนักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถึงเข้าใจว่ากิจกรรมการตลาดทั้งมวลสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทางใดทางหนึ่งได้เช่นกัน

3. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนกล่าวคือมีการแลกเปลี่ยนระหว่างการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกับเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ความคิดหรือประสบการณ์ต่างๆ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักเกี่ยวข้องกับ 3 ช่วงเวลาใหญ่ๆ คือ (1) ช่วงการค้นหาและทำการซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (2) ช่วงของการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและ (3) ช่วงหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งนักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความละเอียดและรอบครอบจะต้องดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทั้ง 3 ช่วงเวลาให้ได้

2.1.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวหมายถึง ปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการ

ทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยข่าวสารทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยวและ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุดโดยคำนึงถึงความประหยัดปลอดภัยสะดวกสบายและความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือการเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทางค่าอาหารค่าที่พักค่ารักษาพยาบาลค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึกเป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทางการจองรายการท่องเที่ยวการยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทางการอนุญาตเข้าประเทศเป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อมผู้คนการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1) มีความพึงพอใจ

2) ไม่มีความพึงพอใจ

DPU

ขั้นที่ 9 ทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง กระบวนการตัดสินใจและการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น และเมื่อได้รับได้รับความพึงพอใจก็จะมีการบอกต่อและกลับมาเที่ยวในสถานที่แห่งนั้นซ้ำ สำหรับการวิจัยการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการผู้ วิจัยได้นำแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เช่น ไปเที่ยวที่ไหน ไปเที่ยวเมื่อไร ไปเที่ยวกับใคร เป็นต้น เป็นกรอบแนวคิดตัวแปรต้นในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ

แรงจูงใจตามพจนานุกรมการจัดการ (Dictionary of Management) ของทอส และ คาร์โรลล์ (Tois and Carroll 1982: 387) หมายถึง แรงขับของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมโดยเฉพาะที่เกิดขึ้นในการทำงานหรือการกระทำที่บุคคลจะทำงานให้สำเร็จโดยได้รับอิทธิพลจากการกระทำของคนอื่นที่กำหนดแนวทางเฉพาะใช้ในการบริหารโดยผู้บริหารจะจูงใจพนักงานทำงานให้องค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) หรือความต้องการที่จำเป็น (Needs) ของผู้บริโภค จัดอยู่ในการศึกษาทางด้านจิตวิทยา (Psychology) เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การศึกษาในด้านนี้มุ่งเน้นที่จะค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทาให้นักท่องเที่ยวเดินทางและนักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจอย่างไร นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือก นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และได้เรียนรู้มากน้อยแค่ไหนจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับ นักท่องเที่ยวมีการปะทะสังสรรค์ (Interact) กับคนในพื้นที่และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มากน้อยเพียงใด และ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับมากน้อยแค่ไหน แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหลักของพฤติกรรมผู้บริโภค (เลิศพร ภาระสกุล, 2559: 181)

แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย (Walters.1978 :218) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือแรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ (Definition of motive and motivation) แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า movere ซึ่งหมายถึง เคลื่อนไหว (move) ดังนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

1. แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย (Walters.1978:218) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือแรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

2. แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้วซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่นภาวะสิ่งแวดล้อม (Loundon and Bitta.1988:368) จากความหมายนี้จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

(1) เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ

(2) เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

ส่วนการจูงใจ (Motivation) เป็นเงื่อนไขของการได้รับการกระตุ้นโดยมีการให้ความหมายไว้ดังนี้

1. การจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ (Schiffman and Kanuk. 1991:69)

2.การจูงใจ เป็นภาวะภายในของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง (แอนนิต้า อี วูลฟอล์ค Anita E. Woolfolk 1995)

3.การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำหรือกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (ไมเคิล ดอมแจน Domjan 1996)

อดุลย์จาตุรงคกุล (2543:149) ได้กล่าวว่าการจูงใจหมายถึงความต้องการบางอย่างที่เกี่ยวกับร่างกายซึ่งเกิดจากความตึงเครียดเช่นความหิวความกระหายหรือความไม่สะดวกสบายกาย

ความต้องการเกี่ยวกับจิตวิทยาเกิดจากความต้องการการยอมรับศักดิ์ศรีหรือมีส่วนร่วมกับผู้อื่นความต้องการเหล่านี้ส่วนมากจะไม่แข็งแกร่งพอที่จะจูงใจบุคคลให้ก่อปฏิกิริยาในเวลาใดเวลาหนึ่งความต้องการจะกลายเป็น “สิ่งจูงใจ” ได้เมื่อมันถูกเร้าอย่างแรงกล้าในระดับหนึ่งสิ่งจูงใจ (หรือแรงขับดัน Drive) คือ ความต้องการที่จะ “บีบบังคับ” หรือ “ผลักดัน” ให้บุคคลแสวงหาการตอบสนองความต้องการการตอบสนองความต้องการจะทำให้ความตึงเครียดที่ผู้บริโภครู้สึกลดน้อยลงดังนั้นนักจิตวิทยาได้สร้างทฤษฎีการจูงใจมนุษย์ไว้ดังนี้

ทฤษฎีการจูงใจของซิกมันส์ฟรอยด์โดยการตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวว่ามีพลังทางจิตวิทยาที่จะมาปรับแต่งพฤติกรรมของเขานั่นก็คือบุคคลไม่เข้าใจว่าอะไรมาจูงใจตัวเขาถ้า นาย ก. ต้องการซื้อกล้องถ่ายรูปราคาแพงเขาอาจอธิบายสิ่งจูงในของเขาว่าต้องการซื้อมันเพื่องานอดิเรกหรือเพื่ออาชีพของเขาแต่ในระดับที่ลึกกว่านั้นเขาอาจซื้อกล้องถ่ายรูปก็เพื่อให้เขาดูรู้สึกหนุ่มขึ้นและแสดงถึงความเป็นอิสระอีกครั้งหนึ่งก็ได้ผลงานวิจัยการจูงใจพบว่าผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างสามารถเร้าสิ่งจูงใจชุดหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภคได้ เช่น สุราราคาแพงอาจจูงใจบางคนที่ต้องการพักผ่อนแสดงฐานะถึงความสนุกสนานได้ดังนั้นจึงไม่แปลกที่บริษัทสุราต่างๆ ก็เชี่ยวชาญในการใช้สิ่งจูงใจคนละอย่างกับตลาดเป้าหมายคนละส่วนเพื่อพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมการจูงใจให้กว้างขวางมากขึ้นจึงได้ศึกษาข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วสรุปเป็นข้อเท็จจริงดังนี้

1. ทุกคนมีความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

2. พฤติกรรมการจูงใจเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบุคคลกับสภาวะแวดล้อม

3. สังคมหรือกลุ่มคนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการจูงใจของแต่ละบุคคล

4. ปฏิกิริยาย้อนกลับจากสภาวะแวดล้อมจะมีบทบาทสำคัญที่ทำให้แต่ละบุคคลปรับพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมนั้น

5. แต่ละบุคคลอาจมองภาพแวดล้อมต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาวะจิตใจของแต่ละบุคคล

6. ปัจจัยทางด้านร่างกายและจิตใจจะเป็นตัวกำหนดให้แต่ละบุคคลมีการจูงใจที่แตกต่างกันโดยแรงจูงใจจะเป็นตัวชี้ที่สำคัญในการแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรดังนั้นทุกองค์กรจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมจูงใจของบุคลากรเพื่อหาทางส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างเต็มกำลังเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

DPU

สรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการของบุคคลที่ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจทำให้เกิดการกระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการจูงใจนั้นเป็นพฤติกรรมที่มิใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติแต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้นมีทิศทางจริงจัง มีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดเป้าหมายและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นสืบเนื่องจากแรงผลักดันและแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจนั้นเอง

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางด้านการท่องเที่ยวพฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วยจึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้นและยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าด้านการบริการการท่องเที่ยวและด้านพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษาและมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยวจนมีความพร้อมและความฝังใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง (ฉลองศรีพิมลสมพงศ์. 2544)

2.2.2.1 แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกายจิตใจและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีเป้าหมายและถ้าเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวย่อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวการแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันซึ่งผู้ให้บริการการท่องเที่ยวจะเข้าใจเหมือนๆ กันว่านักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ต่างกันและหากศึกษาในภาพรวมของแรงจูงใจแล้วจะหมายถึงการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ส่วนหนึ่งซึ่งมีความจำเป็นในงานการตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

2.2.2.2 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ , 2545, หน้า 71)

(1) สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

(2) สิ่งกลั่นกรองความต้องการคือสิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลงค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม (กลุ่มอ้างอิง ทัศนคติทางวัฒนธรรม) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)

(3) สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ทัศนคติและมองภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้นแตกต่างออกไป

(4) บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวนักศึกษานักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

2.2.2.3 สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation) สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งต่างๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งกำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท สิ่งสำคัญคือ

1.สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น

2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้การบริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภททางการท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามลำดับที่ต้องการบางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนอย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยวและมีพื้นฐานลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow s hierarchy of needs) ดังนี้

(1) ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ความต้องการการยกย่องและความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น

(2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความ

ต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอดซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงานความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครองความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น

(3) ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรักความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น

(4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคมตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือความสำเร็จ ความรู้ศักดิ์ศรีความสามารถสถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

(5) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคลซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จนักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

จากรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีของมาสโลว์ ดังกล่าว Dann (1981 อ้างถึงใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ และคณะ, ม.ป .ป., หน้า 46) ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภทคือ

1.การท่องเที่ยวเป็นสิ่งทดแทนความต้องการที่ขาดหาย

2.สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว

3.ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

4.ข้อมูลข่าวสารสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว

5.วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว

6.ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

7.สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและรูปแบบด้วยตัวของมันเอง

McIntosh and Goeldner (1986 อ้างถึงใน ชีวนันท์ วุฒิพันธ์, ม.ป.ป., หน้า 46)

กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (tourism motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวจากลักษณะของสิ่งกระตุ้นตามรูปแบบของ Dann โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจอาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพเพื่อการกีฬา ความสบายใจและความพึงพอใจ

2. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะความต้องการที่เรียนรู้พบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่างๆ เพื่อค้นหาความเป็นมารูปแบบของการดำรงชีวิตดนตรีศิลปะพื้นบ้านการเต้นรำ เป็นต้น

3. สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล ความต้องการที่จะพบปะผู้อื่นในสังคมการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อนค้นหาประสบการณ์ใหม่และแตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมีการเดินทางจากถิ่นที่อยู่เดิม

4. สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อดำเนินต่อของกิจกรรมต่างๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อการพัฒนาตนเองสร้างการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ

วาฮับ (Wahab) อ้างถึงใน (กัลยา สมมาตย์ , 2541 , หน้า 12) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่าสินมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ

1.สินมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลม ฟ้า อากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า เขา ทะเล น้ำตก ฯลฯ

2.สินมรดกที่คนสร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่

2.1 สินมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา

2.2โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ สิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย

2.3 โครงสร้างเหนือฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่ช่วยดูดนักท่องเที่ยว ให้มา

ท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ไนต์คลับ ห้องประชุมขนาดใหญ่ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

2.4 วิถีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าทีความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ

จากแนวความคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่า มรดกทางธรรมชาติและมรดกที่คนสร้างขึ้นเป็นปัจจัยที่สำคัญและสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (Mill, 1990 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 12 - 13)

1. สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทุกๆ พื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสวยงามประทับใจซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิ อากาศและความสวยงามตามธรรมชาติซึ่งสภาพตามธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดในให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ภายใต้เงื่อนไขของความแตกต่างในเรื่องฉากของธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538, หน้า 38 - 44)

1.1.1 สถานที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึกมีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

1.1.2 เหตุการณ์น่าสนใจ (Event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นกิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรีซึ่งในงานจะมีการแสดงแสงสีเสียงประกอบละครประวัติศาสตร์การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงานขนมหวานเมืองเพชรซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่คือวิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกันวัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชนจารีตประเพณี

1.3 ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชนเพื่อต้องการเยี่ยมญาติและเพื่อนคนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยียนแผ่นดินเดิมของตนเอง

1.4 แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงมิใช่ หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึงสวนสัตว์สวนสาธารณะสนามกีฬา ฯลฯ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิตซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 14)

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางนักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสท์เฮ้าท์หรือพักลักษณะอื่นๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสารการคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวนอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้น เนื่องจากการพัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

3. การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วสะดวกสบายและปลอดภัยการเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทางประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4.การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมนอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้วโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

2.2.3 กระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

วัชราภรณ์ ระยับศรี (2551) กล่าวว่า แรงจูงใจในการเดินทาง แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ

2.2.3.1 ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปที่ต่างๆ ได้แก่

(1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจทางการซื้อสูง (High purchasing power) และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก

(2) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) นักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี จากหลักจิตวิทยานี้อาจกล่าวได้ว่าลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนสามารถดึงดูดให้คนเดินทางได้และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทางปัจจัยทางภูมิศาสตร์ได้ว่านักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากของตนเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างออกไปหรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่มีลักษณะแตกต่างประเทศหรือท้องถิ่นของตนเอง

(3) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) รูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้

(4) ปัจจัยทางด้านการเมือง (Political factor) ประเทศใดที่มีสภาวการณ์ทางการเมืองมั่งคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมาประเทศตนได้และในขณะเดียวกัน นโยบายรัฐบาลอาจกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

(5) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) การพัฒนาทางเทคโนโลยีทางด้าน

การสื่อสาร การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและ สิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้นนอกจากนี้ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

(6) สื่อ (Media) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมการตัดสินใจของคน เนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

2.2.3.2 ปัจจัยผลัก (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการ ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง Abraham H. Maslow (1954) ได้กล่าวในเรื่องปัจจัยผลักไว้ว่า คนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียดและต้องการที่จะได้รับความสะดวกสบายความสนุกสนาน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย (Physiological Need)

(2) นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาดนอกจากนี้ต้องการให้ผู้บริการมีความซื่อสัตย์จริงใจและสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง (Safety Need)

(3) นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการสามารถจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้นๆ (Social Need และ Esteem Need)

(4) นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นได้ยินได้ลองสิ่งที่แปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง (Esteem Need)

(5) นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตนเอง

โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นและมักจดหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน (Self-actualization Need)

2.2.4 ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theory of Motivation) ที่สำคัญมี 5 ทฤษฎี คือ

2.2.4.1 ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแรงขับและเครื่องล่อ (The Need Drive Incentive Theory) มีหลักการว่าความต้องการของบุคคลจะเป็นแรงขับให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในเครื่องล่อที่มีอยู่

2.2.4.2 ทฤษฎีสิ่งเร้า (Cue Stimulus Theory) สิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม

2.2.4.3 ทฤษฎีการเร้าอารมณ์ (Affective Arousal Theory) บุคคลจะแสดงพฤติกรรมความต้องการได้ถ้ามีการเร้าอารมณ์เกิดขึ้น

2.2.4.4 ทฤษฎีแห่งการเรียนรู้ (Cognitive Theory) บุคคลจะแสดงพฤติกรรมได้ถ้าประสงค์จะรู้หรืออยากจะทราบอะไรโดยการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้า

2.2.3.5 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) มีหลักการว่าแสดงพฤติกรรมของบุคคลเป็นการสนองพฤติกรรมของบุคคลเป็นการสนองความต้องการที่เก็บกดไว้ในจิตไร้สำนึก

2.2.5 ลักษณะของแรงจูงใจ

แรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายหลายอย่างจึงถูกจูงใจให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมหลายรูปแบบเพื่อหาน้ำและอาหารมาดื่มกินสนองความต้องการทางกายแต่ยังมีความต้องการมากกว่านั้น เช่น ต้องการความสำเร็จต้องการเงินคำชมเชยอำนาจและในฐานะที่เป็นสัตว์สังคมคนยังต้องการมีอารมณ์ผูกพันและอยู่รวมกลุ่มกับผู้อื่นแรงจูงใจจึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

2.2.5.1 แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติความคิดเห็นความสนใจความตั้งใจการมองเห็นคุณค่าความพอใจความต้องการสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น บุคลากรที่เห็นคุณค่าของงานมองว่าองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตและ

ครอบครัวก็จะจงรักภักดีต่อองค์การกระทำการต่าง ๆ ให้องค์การเจริญก้าวหน้าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน

2.2.5.2 แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัลเกียรติยศชื่อเสียงคำชมการได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรมบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติยศชื่อเสียงคำชมการยกย่องการได้รับการยอมรับ

2.2.6 ชนิดของแรงจูงใจ อาจแยกออกเป็นหลายชนิด แต่ที่นิยมแบ่งกันนั้นมีอยู่ 3 ชนิด คือ

2.2.6.1 แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motives) คือ พลังที่ทำให้คนแสดงพฤติกรรมในการรักษาสภาพชีวิตให้อยู่รอดอยู่ในภาวะสมดุลมีปกติสุขไม่ตาย เช่น แรงจูงใจในการบำบัดความหิวความกระหายความต้องการพักผ่อนการขับถ่ายและแรงจูงใจทางเพศ เป็นต้น แรงจูงใจทางกายนับว่าเป็นแรงจูงใจในปฐมภูมิ (Primary Motives) ของคนเรา

2.2.6.2 แรงจูงใจในทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ เช่น ความอยากมีเพื่อนต้องการมีหน้ามีตาอยากรวยอยากสุขสำราญใจแรงจูงใจทางสังคมเป็นผลมาจากความต้องการทางจิตใจของคนเราด้วยพร้อม ๆ กันเพื่อสนองจิตใจให้เบิกบานในการดำเนินชีวิตในสังคม

2.2.6.3 แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่คนเราอยากทำอยากเป็นหรืออยากได้ตามที่ตนเองต้องการเป็นส่วนตัวโดยเฉพาะเป็นลักษณะพิเศษ

2.2.7 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ

2.2.7.1 สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว (Energizers of Demand) หมายถึง ความน่าสนใจของสิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสิ่งชักนำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ดังกล่าวหรือช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่างๆ เช่น วันหยุดประจำสัปดาห์วันหยุดพักผ่อนประจำปี

2.2.7.2 สิ่งกลั่นกรองความต้องการ (Filterers of Demand) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการทางการท่องเที่ยวถูกระงับหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต้องการในการเดินทางลดน้อยลงอันได้แก่ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้ที่คงเดิมความเปลี่ยนแปลงของค่าเงินปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ทัศนคติทางด้านวัฒนธรรมปัจจัย

ทางด้านจิตวิทยา เช่น ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยวความคิดเห็นและการยอมรับความแปลกใหม่ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

2.2.7.3 สิ่งกระทบ (Affecters) หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ทัศนคติและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แตกต่างกันออกไป

2.2.7.4 บทบาทของนักท่องเที่ยว (Roles) หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบทางการท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษานักท่องเที่ยวที่เป็นหัวหน้าครอบครัว

2.2.8 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2.8.1 แรงจูงใจด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motive) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจเพื่อหลีกหนีจากความจำเจและความยุ่งยากต่างๆ ไปหามุมสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์เล่นกีฬาว่ายน้ำ เล่นสกีเล่นเรือใบตกปลาการเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเอง เช่น การไปทัวร์สมาธิ (Meditation Tour)

2.2.8.2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Culture / Personal Education Motive) เป็นแรงจูงใจในความอยากรู้อยากเห็นอยากรู้จักคนสถานที่และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนสนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมดนตรีสถาปัตยกรรมนาฏศิลป์ศิลปะพื้นบ้านเทศกาลสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ธรรมชาติและเพื่อการศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไรทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco - Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

2.2.8.3 แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสำคัญระหว่างบุคคล (Social / Interpersonal / Ethnic Motive) ได้แก่ การไปพบปะเยี่ยมญาติหรือเพื่อนเยี่ยมสถานที่เกิดการได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติศาสนากับตนเป็นการแสวงหามิตรภาพประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยหลีกหนีจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยปี 2533 พบว่านักท่องเที่ยวชื่นชอบอัธยาศัยไมตรีของคนไทยมากที่สุดและตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ปี 2537 ประทับใจลักษณะอุปนิสัยของคนไทยมากที่สุดว่า

คนไทยมีความเป็นมิตรน่ารักมีมารยาทและความเอื้ออาทรจึงนับว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถึงแม้จะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางเพื่อไปทำความรู้จักได้

2.2.8.4 แรงจูงใจทางด้านการทำงานและธุรกิจ (Business / Work Related Motive) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชนตลอดจนการติดตามผลการเข้าร่วมประชุมสัมมนาการเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วยหรือกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงานกีฬาเอเชี่ยนเกมส์การติดต่อธุรกิจเนื่องจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้วการได้พบปะพูดจาด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไปกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม (Pre and Post Tour) เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

2.2.8.5 แรงจูงใจทางด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motive) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก (theme parks) สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬาและกิจกรรมบันเทิงซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น ขบวนพาเหรด รถบุปผาชาติ การแสดงแสงเสียง การแข่งรถ การได้ไปเที่ยวยามว่างการแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลที่มีลักษณะหลากหลายการได้ดูชมธรรมชาติชีวิตสัตว์ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากการพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ให้ดีจะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไปและถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

2.2.8.6 แรงจูงใจในด้านศาสนา (Religious Motive) ได้แก่ การมีโอกาสได้ไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือการได้ไปเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน การบริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยวและถือว่าเป็นการพักผ่อนทางจิตใจด้าย

2.2.8.7 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Presetting and Status Motive) การเดินทางบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียงยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจหรือศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติและสังคมดีขึ้น

แรงจูงใจเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้แต่แรงจูงใจช่วยผสมผสานหลายสิ่งหลายอย่างทำให้เกิดการเดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้และยังได้รับสุขภาพที่ดีกลับมาดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

สรุปได้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีทั้ง แรงผลัก (Push Factors) ความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวและในขณะเดียวกัน สิ่งที่ดึงดูดให้เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นกับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้จิตใจก่อเกิดการกระทำและความรู้สึกหรือพฤติกรรมแรงจูงใจและผลักดันให้เดินทางท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจทางด้านสังคม แรงจูงใจทางด้านกายภาพ แรงจูงใจทางด้านศาสนา แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction เป็นความคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้ตรงกับความเป็นจริงหรือมากกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้นั้นน้อยกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจดังนั้นจึงได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมายดังต่อไปนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพอใจ

Kotler (1994 อ้างถึงใน เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546, หน้า 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการกล่าวคือถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความไม่พอใจถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจและถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจและการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าและบริการต่อไป

สรชัย พิศาลบุตร (2550) ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าหรือ

ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาบริการให้ได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม

Fippo (1961) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของสภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่จะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงาน

ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) Kotler (1994 อ้างถึงใน เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546, หน้า 19) ได้มีการตั้งสมมติฐานว่ามนุษย์ต้องการความมีระเบียบและสอดคล้อง (Order and Consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อหรือพฤติกรรมต่างๆ และจะพยายามขจัดความตึงเครียดด้วยการลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้นในขณะที่ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (Disconfirmation Paradigm) ได้กล่าวว่าไม่ควรอธิบายความพึงพอใจของบุคคลโดยใช้ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) เพียงอย่างเดียวแต่ความเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product Performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations)

ส่วนทฤษฎี V.I.E เป็นทฤษฎีที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความพึงพอใจ (V – Valence) วิถีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ (I – Instrumentality) และความคาดหวังภายในตัวบุคคล (E – Expectancy) โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการและมีความคาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ

Wolman (1993 อ้างใน ชลันดา ใกล้ชิด, 2557, หน้า 17) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขของบุคคลเมื่อได้สิ่งที่คาดหวังไว้หรือประสบความสำเร็จตามความตั้งใจ

พรรณี ชูชัยเจนจิต (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวกความรู้สึกที่ดีที่ประทับใจต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและการบริการ ราคา การจัดจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด

กชกร เบ้าสุวรรณ, ธนภัทร ปัจฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่ควรจะเป็นไปตามความต้องการความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบแต่เมื่อใดสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจแต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

จากทฤษฎีข้างต้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการแสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกของคุณภาพของงานบริการความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการและคุณภาพของงานบริการ ลักษณะที่เหมือนกันในเชิงรูปธรรมของการให้บริการเชิงคุณภาพได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วของบริการ ความเพียงพอของอุปกรณ์เครื่องมือความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการและความถูกต้องของงานที่ให้บริการสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวสนับสนุนให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการนั้นๆ

2.3.2 ลักษณะของความพึงพอใจ ในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545)

2.3.2.1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดบุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไปในสถานการณ์การบริการก็เป็นเช่นเดียวกันบุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก็ให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2.3.2.2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์ในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้วซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการดั้งเดิมที่เคยใช้บริการการบอกรับของผู้อื่นการรับทราบข้อมูลการรับประกันบริการจากการโฆษณาการให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงที่ผู้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะได้รับบริการหรือคาดหวังในสิ่งที่คาดว่าควรจะได้รับนี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมากเพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่

เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยก็ได้ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวกแสดงถึงความพอใจถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

2.3.3 ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีดังนี้

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมีปัจจัยที่สำคัญ 7 ด้านดังนี้ (สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554, หน้า 24)

1) ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวันวิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนใหญ่สำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3) สถานบริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4) การส่งเสริมแนะนำการบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่ผู้รับบริการมีก็จะทำให้มีความรู้สึกพอใจกับการบริการนั้นอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้นผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญแสดงพฤติกรรมการบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสานึกของการบริการ

6) สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าลูกค้ามักให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมของการบริการในด้านการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการตกแต่งภายในการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้บริการ

7) กระบวนการบริการมีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

2.3.4 การวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการวัดทัศนคติความพึงพอใจมักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ โดยคำถามที่ใช้มักจะเป็นการกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระส่วนรูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ มาตราส่วนแบบลิเคิร์ทประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลางน้อย น้อยที่สุด

2) การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยจะต้องมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้าวิธีนี้ผู้ที่สัมภาษณ์ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษเพื่อจูงใจให้ผู้ตอบคำถามให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3) การสังเกตเป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจากริยาท่าทางทั้งก่อนการรับบริการขณะรับบริการและหลังการรับบริการโดยวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจสามารถเลือกทำได้หลากหลายวิธีขึ้นอยู่กับความสามารถ ความสะดวก ความเหมาะสม จุดประสงค์และเป้าหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลทำให้การวัดจะมีประสิทธิภาพและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.3.5 ความพึงพอใจการท่องเที่ยว

Pearce (1988 อ้างใน ปนัสยา สิระรุ่งโรจน์กนก, 2559) กล่าวว่าความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางความชอบที่ว่านี้ส่งผลต่อการประเมินความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางไปเยือนในสถานที่แห่งนั้นแล้วโดยพบว่าถ้าความชอบในแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่มากเป็นทุนเดิมก่อนการเดินทางก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจหลังการเดินทางไปในทางบวกและสรุปเป็นทฤษฎีได้ว่าถ้านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวก็อาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นซ้ำอีกหรือมีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ หรืออาจแสดงออกทางคำพูดชื่นชมในแหล่ง

ท่องเที่ยวนั้นแต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจก็อาจจะทำให้ไม่กลับไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกไม่มีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวคนอื่นมาเที่ยวหรืออาจพูดถึงแหล่งท่องเที่ยวในด้านลบและทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหายทางด้านการตลาดได้

Hughes และ Pizam (1991 อ้างใน ปนัสยา สิระรุ่งโรจน์กนก, 2559, หน้า 18) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจประกอบด้วยหลายมิติโดยได้ระบุว่าความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วย ความพึงพอใจต่อมิติต่างๆ ในแต่ละด้าน เช่น สิ่งต่างๆ ที่ได้รับประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อาทิเช่น ความพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (การคมนาคม ร้านอาหาร ฯลฯ) ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ ทิวทัศน์ ฯลฯ) หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ การที่เราระบุความพึงพอใจโดยแยกเป็นด้านๆ จะทาให้เรานั้นทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเรื่องใดบ้างและอะไรที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจในการท่องเที่ยว

Cadotte (1982 อ้างใน ปนัสยา สิระรุ่งโรจน์กนก, 2559, หน้า 17) กล่าวว่าในด้านของการท่องเที่ยวความพึงพอใจเป็นที่เข้าใจกันว่าหมายถึงความคาดหวังต่างๆ ที่มีก่อนที่จะเกิดการเดินทางและประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังจากการเดินทางและได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่างๆ กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในเชิงของการกระทำเมื่อประสบการณ์ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวังจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นแต่ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้จะทาให้เกิดความพึงพอใจ

สรุปได้ว่าความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังต่างๆ กับประสบการณ์อื่นๆ ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวความคาดหวังมักเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการเดินทางส่วนประสบการณ์จากการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจความ

พึงพอใจสามารถแบ่งออกได้หลายด้าน เช่น ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ ทิวทัศน์ ฯลฯ หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การคมนาคม ร้านอาหาร ที่พัก ฯลฯ เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีเป็นที่น่าพอใจและได้รับการตอบรับเท่าที่คาดหวังไว้หรือเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ความพึงพอใจนั้นก็จะเกิดขึ้นตามมาหากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบรับหรือประสบการณ์ที่ไม่ดีเท่าที่ควรไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังได้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวก็จะทำให้มีการแนะนำบอกต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่นให้มาเยี่ยมชมแต่ถ้าความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นก็อาจทำให้ไม่มีการบอกต่อหรือกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวในด้านลบซึ่งนั่นจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสียหายได้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวได้มีการนิยามความหมายเป็นหลายลักษณะดังต่อไปนี้

องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ในปี พ.ศ. 2506 ว่าการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นๆ ด้วยความสมัครใจคือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นๆ ด้วยความสมัครใจคือการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 4 ประการดังต่อไปนี้

1. การเคลื่อนที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่างๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่เหล่านั้น
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วน คือ การเดินทางสู่จุดหมายและการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น
3. การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงานดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรมซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก
4. การเดินทางสู่จุดหมายนั้นเป็นการเดินทางชั่วคราวซึ่งระยะสั้นๆ โดยมีความ

ตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางมิได้เป็นไปเพื่อหลักแหล่งหรือประกอบอาชีพการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- เป็นการเดินทางชั่วคราว
- เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
- ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหายของการท่องเที่ยวว่าจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ คือ (Goeldner & Ritchir, 2006)

1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่ของตัวเองไปยังที่อื่นแบบชั่วคราว

2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะไปและไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้ในการเดินทางไปที่นั้นๆ

McIntosh R.W. & Gupta S. (1980) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่างๆโดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึงความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬาหรือรักษาสุขภาพพักผ่อนตากอากาศชายทะเลหรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ

2. มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึงความต้องการเรียนรู้เรื่องต่างๆ ในแหล่งอื่นที่มิใช่ที่อยู่เดิมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรมนาฏศิลป์ดุริยางคศิลป์ประเพณีต่างๆ

3. มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ๆ หรือเพื่อนเก่าญาติพี่น้อง

4. มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูงอาจเป็นไปเพื่อการศึกษาการประชุมและการติดต่อธุรกิจ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันทั้งเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่สนใจหรือเพื่อประกอบธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานแต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

เศกสรรค์ ยงวณิชย์ (2541) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ที่ไม่ใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2544) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคมจนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ

ประภาศรี เหิกขุนทด (2551:7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดระหว่างเวลาว่างซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมักมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพวัฒนธรรมการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะการท่องเที่ยวทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ

จี และโชว์ (Gee & Choy, 1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนานโดยที่นักเดินทางนั้นคือนักท่องเที่ยวนั้นเอง

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 84-85) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาและการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพื่อการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยจะมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรมด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณเข้ามาร่วมด้วย

สรุปแนวคิดต่างๆ และความหมายของการท่องเที่ยวคือการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งซึ่งจะต้องมีความแตกต่างจากที่อยู่อาศัยเดิมและมีการเลือกสถานที่ที่จะไปเยือนไปด้วยความสมัครใจโดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อศึกษา เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบชั่วคราวและไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนบางกะเจ้าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2.4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวหลาย

ประเภทเช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก และธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าทางเกษตรกรรมรวมทั้งกิจการสาธารณูปโภคของรัฐนอกจากนั้นยังมีความสำคัญต่อท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวอีกด้วยยังมีการส่งผลไปยังระดับประเทศและระดับโลกอีกด้วยซึ่งสามารถแยกความสำคัญออกเป็นด้านๆ ดังนี้ (ปรีชา แดงโรจน์ ,2544)

1. ด้านการพัฒนา เมื่อเกิดการท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม การโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศและมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นการลดการว่างงานลงประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

3. ด้านสังคม การท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนตลอดจนการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม และการรักษาเอกลักษณ์ของชาตินอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังช่วยขจัดปัญหาระหว่างเมืองกับชนบทช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

เพราะฉะนั้นสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยว” มีความสำคัญและบทบาทในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากเป็นแหล่งสร้างรายได้สร้างอาชีพให้กับชุมชนมีการขยายตัวของการลงทุนสูงทำให้ไม่ต้องออกไปหางานทำในต่างถิ่นต่างแดนมีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้นและยังสร้างความรักและหวงแหนในถิ่นอาศัยคนในชุมชนมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีดังนั้นการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีความสำคัญและบทบาทต่อด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก

2.4.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือนักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวและธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษกล่าวคือเป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น

ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัธยาศัยไมตรีของคนไทย สาธารณูปโภคประเภทต่างๆ ฯลฯ ลักษณะและส่วนประกอบของสินค้าท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประการ (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552) มีรายละเอียดดังนี้

1. สินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติมักมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะ ตัวอย่างเช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขาและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวทำได้ยากและต้นทุนสังคมในการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมสูง

2. ความปลอดภัยและสาธารณูปโภคเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งมักต้องใช้การลงทุนมากจึงสามารถให้บริการในราคาถูกได้ประเทศสิงคโปร์เป็นตัวอย่างที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่ไร้สิ่งจูงใจแต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากทั้งที่สิงคโปร์เป็นเพียงเกาะเล็กๆ ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากความมีประสิทธิภาพของระบบสาธารณูปโภค เช่น การสื่อสารโทรคมนาคมระบบการคมนาคมการบริการด้านสุขอนามัยสาธารณะและระบบความปลอดภัย

3. คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นนับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญโดยเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบที่หลากหลายคือประเภทที่ใช้ทุนแรงงานหรือวัฒนธรรมอย่างเข้มข้นมีผู้ประกอบการทั้งใหญ่และเล็กรวมถึงเศรษฐกิจทั้งในและนอกระบบ (Informal sector) เช่น แผงลอยขายอาหารรถรับจ้างร้านค้าแผงลอย เป็นต้น

2.4.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

ดำเกิง โถทองและคณะ (2550) ได้กล่าวถึงการจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการการเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบดังนี้ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้หมายถึงประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกล่าวคือในการจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มหรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอนการเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้วิถีชีวิตดั้งเดิมที่ได้สูญหายไปหมดแล้วกลับมาสร้างสีสันดึงดูดใจนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจัดอาหารงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณีการรำพื้นบ้านการแสดงศิลปะและหัตถกรรมรุ่นโบราณๆ ไว้บริการด้วย เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์(Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีตอาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์โบสถ์วิหารวัดต่าง ๆ การแสดงแสงสีเสียงเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์กล่าวคือดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกลแต่การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมเน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพก็อยู่ในกลุ่มนี้ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกลการปีนเขาการล่องเรือเล็กและการตั้งแค้มป์เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโลกการอาบแดดและการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิตตามสถานที่ต่างๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาดที่แนวต้นปาล์มไสวสนามกอล์ฟชั้นเยี่ยมหรือสนามเทนนิสชั้นเลิศการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะเป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือการประชุมหรือการพบปะกันหรือการสัมมนาซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วยเมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงานประชุมศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อนันทนาการโดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สรุปได้ว่าประเภทของการท่องเที่ยวคือกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เพื่อเป็นกิจกรรมนันทนาการการเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจนมีการเสริมสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างภายใน

ครอบครัวหรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานที่มีการบูรณาการหลากหลายรูปแบบและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแบ่งได้ทั้งหมด 7 ประเภทได้แก่การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2.4.5 ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ให้หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวบทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้นรวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย

1. ทรัพยากรทางท่องเที่ยว (Tourism Resource) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การบริการการท่องเที่ยว(Tourism Services) อันได้แก่การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ
3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยว

นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้อันประกอบไปด้วย

- แนวทางการบริหารและจัดการ
- แนวทางการจัดการด้านสิ่งอา นวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย
- แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
- แนวทางการให้ประชาชนกลุ่มและองค์กรอื่นๆ มีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวที่ควรจะดำเนินการในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ 5 ภารกิจหลักดังนี้

1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณะชนได้รับรู้และทราบให้มากที่สุด

2. การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นการสำรวจหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

3. การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดทำแผนงานโครงการเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

4. การบริหารแหล่งท่องเที่ยวเป็นการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

5. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการวางระบบในการดูแลรักษาระบบความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่รับผิดชอบ

อารีย์ นัยพินิจ และฐิรชญา มณีเนตร (2551) ได้ให้ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึงการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนด้านการจัดการผู้รับผิดชอบการควบคุม การจัดสรรงบประมาณการประเมินผลและรายงานผลเกี่ยวข้องกับทางการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่าการจัดการการท่องเที่ยว คือ การวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยได้มีการบริหารจัดการงานบุคคลและมีการควบคุมจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อเป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้และได้มีการประเมินผลการท่องเที่ยวไว้ด้วย ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะวางแผนจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบต้องการสถานที่ผ่อนคลายจากความเครียดความเหนื่อยล้าจากการทำงาน หนีมลพิษจากในสังคมเมืองและความเร่งรีบ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ มีกิจกรรมให้ทำได้หลากหลายและใช้เวลาในการทำกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

2.5 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

2.5.1 แนวคิดและความหมายการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมที่ไม่เร่งรีบเหมือนชีวิตประจำวันโดยให้เวลาและโอกาสในการซึมซับประสบการณ์ในขณะท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมีเป้าหมายในการออกแบบวันพักผ่อนให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการพบปะผู้คนและสถานที่ใหม่ โดยเน้นการสัมผัสทั้ง 5 ประสาท นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางท่องเที่ยวไป

เมืองท่องเที่ยว ครั้งละ 1 เมืองมากกว่าไปหลายๆ เมืองพร้อมๆ กันและใช้เวลาอยู่ในเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งประมาณ 1-2 สัปดาห์ เช่น เดินทางท่องเที่ยวในดินแดนที่มีบรรยากาศสงบเงียบและพักผ่อนในชนบทเที่ยวชมชนบทและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเดินป่าหรือชายทะเลพูดคุยและทำกิจกรรมร่วมกันกับชาวบ้านในถ้องถิ่นหรือกิจกรรมสปาเพื่อสุขภาพเป็นต้น (Cook,Yale and Marqua,2010,น.336)

2.5.2 Slow tourism ในประเทศไทย

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) หรือ อพท. ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวแบบละเลียด (Slow Tourism) ว่า S: เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา L: การเรียนรู้ O: การสังเกตและ W: การห่อหุ้มความรู้ ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นมีความสนุกและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้นทั้งนี้ อพท. ได้ยกตัวอย่างการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร เป็น Slow Travel in World Heritage City และพื้นที่พิเศษเลยเป็น Slow Travel in Leisure Loei พร้อมกันนี้ อพท. ยังมีนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว Low Carbon Destination ในพื้นที่หมู่เกาะทะเลตราดโดยเฉพาะเกาะหมากให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในระดับ World Class โดยมีเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมมีแผนงานการลดการปลดปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น สนับสนุนให้มีการวัดร่องรอยคาร์บอน (Carbon Footprint)ในสถานประกอบการ (อพท., 2557) กล่าวคืองานวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบในประเทศไทยยังมีจำนวนที่น้อยที่เป็นที่ปรากฏมีจำนวนเพียง 2 เรื่องเท่านั้นซึ่งเรื่องแรกคืองานวิจัยของ ราณี อิสิชัยกุลและชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2555)

2.5.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

(ชลดรงค์ ทองสง, 2558; ราณี อิสิชัยกุล, 2557 และ Dickinson and Lumsdon, 2010) ประกอบไปด้วยหลักการต่างๆ ดังนี้

1. Slow cost เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั่วไปมีต้นทุนที่สูง หลายครั้งเกิดการใช้ต้นทุนเกินความจำเป็นโดยที่ต้นทุนดังกล่าวมิได้จำกัดแต่เพียงรูปแบบตัวเงินเท่านั้นแต่ยังรวมถึงต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้นเมื่อทุกสิ่งถูกดำเนินการภายใต้ความเนิบช้าไม่เร่งรีบจนเกินพอดี ต้นทุนที่จะถูกใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจะลดลงซึ่งหมายถึงการเกิดความยั่งยืนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน
2. Slow activity ได้แก่การประกอบกิจกรรมที่ไม่เร่งรีบจนเกินไปแต่ใช้เวลาอยู่

ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งยาวนานมากขึ้นจนกระทั่งอาจมีการพักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเอง แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ใช่พละกำลังหรือไม่มีความเสี่ยงมากนักแต่มุ่งเน้นการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เช่น การนวดเพื่อสุขภาพ โยคะ ทำสมาธิ การเรียนทำกับข้าว การทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

3. Slow behavior หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งโดยทั่วไปนักท่องเที่ยวนิยมการบริโภคสินค้าและบริการที่สะดวก รวดเร็ว หาได้ง่าย และราคาไม่สูงมาก เช่น การบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) ซึ่งปรุงได้รวดเร็วไม่ต้องพิถีพิถันกับวัตถุดิบที่ใช้และผลิตจำนวนมากเพื่อให้ราคาถูกลงหรือพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วทันใจเป็นต้นจนบางครั้งกลายเป็นพฤติกรรมที่ไม่ส่งผลดีทั้งต่อตนเองและสังคมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคให้ช้าลงควบคู่กับการคิดให้มากขึ้นจึงอาจช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้

4. Slow logistic ได้แก่ การเดินทางที่ไม่ต้องเร่งรีบจนเกินไปมีความปลอดภัยในการเดินทางทั้งในด้านเส้นทางและยานพาหนะอีกทั้งเป็นการขนส่งที่ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Low-carbon) ทั้งนี้อาจใช้การเดินเท้าเป็นหลักก็ได้

5. Slow food ได้แก่ การประกอบอาหารที่ประณีตมีคุณภาพสดสะอาดปลอดภัยและเลือกใช้พืชผักผลไม้ที่มีความปลอดภัยจากสารพิษ

6. Slow stay ได้แก่ การพักค้างแรมในท้องถิ่นมากกว่า 1 คืนโดยไม่เร่งรีบที่จะเดินทางต่อไปที่อื่นแต่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและร่วมกิจกรรมทั้งในพื้นที่ธรรมชาติหรือชุมชนท้องถิ่น

7. Slow place/city เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนที่มีความสงบเรียบง่าย และยังคงความเป็นธรรมชาติค่อนข้างสูงคนในท้องถิ่นยังคงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มีอัธยาศัยไมตรีตลอดจนรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างสมบูรณ์

8. Slow niche market หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลาดการท่องเที่ยวจากเดิมที่เป็นตลาดเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourists) ในลักษณะรายการนำเที่ยวแบบเหมารวม (Package tour) ธุรกิจที่ครองตลาดดังกล่าวจึงต้องเป็นธุรกิจขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมและรวดเร็วกว่าขณะที่การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้ก่อให้เกิดตลาดเฉพาะ (Niche market) ซึ่งเกิดโอกาสสำหรับธุรกิจท้องถิ่นที่มีขนาดกลางจนถึงขนาดเล็กเข้ามามีส่วนแบ่ง

มากขึ้นและรูปแบบของตลาดเปลี่ยนไปสู่การสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างยั่งยืนกับลูกค้ากลุ่มเฉพาะด้วยการพูดคุยและเปลี่ยนกันเพื่อให้เกิดการครองตลาดอย่างยั่งยืนมากกว่ารูปแบบตลาดปกติ

9. Slow money คือ การใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบนักท่องเที่ยวนิยมใช้จ่ายในสิ่งที่ควรจ่ายไม่มีความฟุ่มเฟือยขณะที่ธุรกิจในท้องถิ่นก็ไม่หวังประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจนมากเกินไป และผลประโยชน์จากการใช้จ่ายควรกระจายไปสู่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนดังนั้นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะซื้อจึงควรเป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นนั่นเอง

10. Slow development หรือ slow destination หมายถึง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างค่อยค่อยไปไม่ควรเป็นการพัฒนาที่ก้าวกระโดดแต่ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจในท้องถิ่น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวและมีมาตรการป้องกันหรือลดผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนาโดยความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

11. Slow accommodation หรือ Slowtel และ Slow Hotel หมายถึง สถานที่พักอาศัยที่มีความสงบ สะอาด ปลอดภัย และอยู่ห่างจากมลพิษ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นที่พักที่หรูหราแต่มีความเรียบง่าย มีสภาพแวดล้อมท่ามกลางธรรมชาติหรือท้องถิ่นอีกทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและก่อให้เกิดการสร้างงานให้แก่คนในท้องถิ่น

12. Slow life หรือ slow principle เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตท่ามกลางความสงบไม่เร่งรีบและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ อย่างเนิบช้า เพื่อเป็นการผ่อนคลายทั้งด้านร่างกายและจิตใจจากสภาวะตึงเครียดจากการเร่งรีบในตัวเมืองโดยอาจร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่นหรือสัมผัสธรรมชาติในท้องถิ่น

13. Slow energy หมายถึง การประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานมีการอนุรักษ์หลังงานลดการใช้ทรัพยากรและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ขณะเดียวกันเนื่องจากนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสนใจกับการสัมผัสบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวและใช้ชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวยาวนานมากขึ้นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นในการสื่อความหมาย (Interpretation) ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความหลากหลายทั้งรูปแบบการนำเสนอและภาษาจึงมีความจำเป็นเพื่อตรึงนักท่องเที่ยวมิให้เป็นเพียงตามกระแสนิยมของชนชั้นกลาง

จากแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความเงียบสงบ เรียบง่าย ผ่อนคลาย สบายใจ นักท่องเที่ยว

สามารถจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเองได้ มีกิจกรรมตามความต้องการนักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีสภาพความเป็นธรรมชาติสูงทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพักผ่อนทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจได้เต็มที่และยังสามารถเลือกใช้ยานพาหนะที่ไม่เร่งรีบเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมนักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลากับกิจกรรมได้อย่างไม่จำกัดทำให้ได้รับประสบการณ์ต่างๆ ในขณะท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2.6 ข้อมูลทั่วไปของชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2.6.1 ประวัติความเป็นมา

ตำบลบางกะเจ้าความเป็นมาของชื่อตำบลบางกะเจ้าไม่ปรากฏชัดเจนว่าเป็นมาอย่างไร แต่สันนิษฐานจากคำว่า กะเจ้า ซึ่งหมายถึง นกยางหรือนกกระยาง คาดว่าสมัยก่อนคงมีนกกระยางอาศัยอยู่ในพื้นที่นี้เป็นจำนวนมากคอยดักจับสัตว์น้ำตามริมป่าชายเลนกินเป็นอาหารซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์และจำนวนมากหรือตามตำนานเล่าขานสืบทอดกันมาว่าพื้นที่บางกะเจ้ามีสภาพภูมิศาสตร์ ดิน ฟ้า อากาศ ที่มีความร่มเย็นเป็นธรรมชาติมากไม่ร้อนเหมือนทางฝั่งพระนครหรือกรุงเทพมหานครในปัจจุบันนี้ ในปี พ.ศ. 2549 นิตยสารไทม์เอเชีย (Time Asia) ฉบับ Best of Asia ยกย่องให้บางกะเจ้าเป็นปอดกลางเมืองที่ดีที่สุดในเอเชีย (The Best Urban Oasis) จากงานศึกษาวิจัยขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และคณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2554 ระบุว่าพื้นที่สีเขียวของบางกะเจ้าช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เฉลี่ยปีละประมาณ 6,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์และผลิตออกซิเจนได้ถึง 6 ล้านตันต่อวันชุมชนบางกะเจ้าตั้งอยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครอบคลุมพื้นที่ 6 ตำบล ได้แก่ บางน้ำผึ้ง บางยอ บางกระสอบ บางกะเจ้า บางกอบัว และทรงคนอง เนื้อที่ประมาณ 11,818 ไร่ ด้วยลักษณะเป็นเกาะล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและตั้งอยู่ไม่ไกลจากอ่าวไทยจึงทำให้คุ้งบางกะเจ้าได้รับอิทธิพลจากระดับน้ำทะเลขึ้นลงเกิดเป็นระบบนิเวศ 3 น้ำ คือ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย กลายเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำขนาดใหญ่ที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายของสังคมพืชและสัตว์สูงจากรายงานการสำรวจของนักวิชาการจากหลายมหาวิทยาลัยในกิจกรรมชีวตะลุมบอนเมื่อวันที่ 1-2 พฤศจิกายน 2557 พบว่าในคุ้งบางกะเจ้า มีสิ่งมีชีวิตทั้งหมด 637 ชนิด ซึ่งร่วมถึงชนิดพันธุ์หายากและบางชนิดคาดว่าเป็นชนิดใหม่ของโลกด้วยและยังพบหิ่งห้อย 4 ชนิด คือ กลุ่มหิ่งห้อยน้ำกร่อย 2 ชนิด กลุ่มหิ่งห้อยน้ำจืด 1 ชนิด และ กลุ่มหิ่งห้อยบก 1 ชนิด ซึ่งเป็นชนิดที่หายากพอสมควรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล (ชโยภาพ อัตภิญโญ ,2560)

ช่วงปี 2525 ถึง 2530 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ประทับเฮลิคอปเตอร์พระที่นั่งผ่านบางกะเจ้า เป็นประจำจึงทรงมีพระราชดำริว่าสมควรสงวนพื้นที่แห่งนี้ไว้สำหรับเป็นพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเนื่องจากลมมรสุมจากอ่าวไทยจะพัดเอาอากาศบริสุทธิ์เข้ามาไล่อากาศเสียในกรุงเทพฯ เป็นเวลากว่าปีละ 9 เดือน (กรุงเทพธุรกิจ,2561) ด้วยความสำคัญในการอนุรักษ์พื้นที่บางกระเจ้า คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2534 ให้จัดทำโครงการสวนกลางมหานครระยะเวลาดำเนินการในการทำโครงการ ตั้งแต่ พ.ศ. 2534-2542 โดยกำหนดพื้นที่โดยประมาณ 9,000 ไร่ เพื่ออนุรักษ์พื้นที่สีเขียว ซึ่งแบ่งเป็นพื้นที่สีเขียวเพื่อการอนุรักษ์ 3,500 ไร่ พื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 3,200 ไร่ และพื้นที่เพื่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและคุณภาพชีวิตประชาชนประมาณ 2,300 ไร่ โครงการสวนกลางมหานครเฉลิมพระเกียรติในวโรกาสปีกาญจนาภิเษกโดยใช้งบประมาณ 8,000 ล้านบาท เป้าหมายหลักที่สร้างพื้นที่พักผ่อนเป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่สำหรับคนเมือง และเป็นสถานที่ศึกษาทางธรรมชาติและยังมีระบบนิเวศวิทยาที่มีความหลากหลายโครงการสามารถซื้อที่ดินเพื่อนดำเนินโครงการได้ 1,267 ไร่ และยังได้มีการปลูกป่า สร้างสวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ในที่ดินที่รัฐจัดซื้อไว้ 148 ไร่ แต่การดำเนินงานยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์เนื่องจาการจัดหาที่ดินในระยะแรกเป็นการซื้อขายโดยสมัครใจจึงเป็นผลให้ที่ดินอยู่ในลักษณะกระจัดกระจายไม่สามารถรวมเป็นที่ดินผืนใหญ่ได้ซึ่งเป็นปัญหาต่อการบริหารจัดการและบำรุงรักษาพื้นที่สีเขียวในอนาคต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องขยายระยะเวลาการดำเนินโครงการสวนกลางมหานครออกไปอีก 3 ปี ซึ่งสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม : สผ. เดิม) เสนอต่อที่ประชุมขยายแผนการขยายเวลาดำเนินโครงการสวนกลางมหานครระยะที่ 2 (พ.ศ. 2545- พ.ศ. 2547) การดำเนินโครงการในปีปัจจุบัน พ.ศ. 2549 กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าแลพันธุ์พืชเข้ารับช่วงดำเนินงานต่อโดยมีนโยบายการจัดสร้างสวนป่าในเมือง (urban forest) ในพื้นที่สวนกลางมหานครเดิมมีเป้าหมายในการเพิ่มพื้นที่ป่าให้มากขึ้นในพื้นที่ที่มีอยู่

2.6.2 สภาพทั่วไป

ชุมชนบางกะเจ้าเป็นพื้นที่สีเขียวที่รวมทั้ง 6 ตำบลตั้งอยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ตำบลบางกะเจ้า ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอ บัวตำบลบางกระสอบ ตำบลบางยอ และตำบลทรงคนอง เนื้อที่ประมาณ 11,819 ไร่ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า) เป็นพื้นที่เหมาะแก่การมาท่องเที่ยวและผักผ่อนเป็นอย่างมาก พื้นที่ล้อมรอบไปด้วยป่าที่เขียวขจี ร่มรื่น คุ้งบางกะเจ้ายังถูกล้อมรอบไปด้วยแม่น้าเจ้าพระยาเกือบทั้งหมดที่โค้งเว้าได้รูปกระเพาะหมูสวยงาม

พื้นที่รอบๆ คุ้งบางกะเจ้ามีพื้นที่ที่สวยงามและน่าสนใจให้ศึกษาเช่นสวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ตลาดบางน้ำผึ้ง บ้านธูปหอมสมุนไพร พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย บ้านลูกประคบธัญพืชจุดชมหิ่งห้อย โบราณสถานในวัดวาอารามรวมถึงสวนป่าและสวนผลไม้ ดังแสดงตามภาพที่ 2.1

ภาพที่ 1 ตำแหน่งพื้นที่ชุมชนบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

2.6.3 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
ทิศใต้	ติดกับตำบลบางยอ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันออก	ติดกับตำบลบางกอบัว อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันตก	ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

2.6.4 ข้อมูลชุมชนบางกะเจ้า

ปี 2520 คณะรัฐมนตรี มีมติ ครม. กำหนด 6 ตำบลของ อำเภอพระประแดง ได้แก่ 6 ตำบลในบางกะเจ้า เพื่อจัดทำเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ แบ่งเป็น 2 โซนหลักคือ พื้นที่โซนสีเขียวทึบซึ่งเป็นพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรมและพื้นที่ขาวทแยงเขียวเป็นโซนอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม

เป็นเขตที่ได้รับการปกป้องมากที่สุดหลังจากนั้นได้มีการเปลี่ยนผังเมืองหลายครั้งโดยทุกครั้งเป็นการเปิดให้มีการพัฒนาอาคารสิ่งก่อสร้างมากขึ้นอย่างฉบับปี 2548 พื้นที่ขาวทแยงเขียวที่ไม่อนุญาตให้ก่อสร้างอาคารก็ปรับเปลี่ยนให้สามารถสร้างบ้านเดี่ยวขนาดไม่เกิน 200 ตร.ม.ได้แต่ต้องไม่กินที่เกิน 5% ในแต่ละบริเวณที่กำหนดไว้ในผังเมืองพอฉบับปี 2556 ปรับให้สร้างได้ไม่เกิน 15% ในแต่ละบริเวณส่วนพื้นที่เขียวทึบนั้นในปี 2548 ให้ก่อสร้างได้ 10% ในแต่ละบริเวณแต่ไม่ให้นำที่ดินไปจัดสรรต่อมาในปี 2556 ปรับใหม่ให้นำไปจัดสรรสร้างบ้านเดี่ยวได้จากข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2556 เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาแล้ว ร้อยละ 41.79 พื้นที่อยู่อาศัย ร้อยละ 39.11 พื้นที่อุตสาหกรรม ร้อยละ 2.68 และพื้นที่สีเขียว ร้อยละ 58.21 ประกอบด้วยพื้นที่การเกษตร ร้อยละ 28.36 พื้นที่รกร้าง 20.10 พื้นที่เปิดโล่ง ร้อยละ 3.31 ป่าชายเลน ร้อยละ 2.61 พื้นที่นันทนาการ ร้อยละ 1.92 พื้นที่แหล่งน้ำ ร้อยละ 1.91 ชุมชนบางกะเจ้าเป็นสังคมแบบผสมของกลุ่มอาชีพเกษตรกรรับจ้างค้าขาย และรับราชการ ครัวเรือนส่วนใหญ่ร้อยละ 52 อยู่ในบริเวณนี้มากกว่า 40 ปีขึ้นไป โดยที่ร้อยละ 84 เป็นเจ้าของบ้านเอง ร้อยละ 46 เป็นเจ้าของที่ดินด้วยและกรรมสิทธิ์ที่ดินมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 60 ได้กรรมสิทธิ์โดยเป็นมรดกตกทอด อีกร้อยละ 20 ซื้อที่ดิน ร้อยละ 7 อาศัยที่ดินของญาติพี่น้อง และอื่นๆ (กนกพร แก้วกังวาน, 2543) ชาวบ้านอาศัยตามสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติชุมชนไม่หนาแน่นลักษณะชุมชนเป็นแบบกระจายตามแนวคูคลองส่วนชุมชนริมถนนและริมน้ำเป็นแบบทางยาวสภาพความเป็นอยู่สงบไม่เร่งรีบเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันโดยมี ผู้นำสังคมคือกำนันและผู้ใหญ่บ้านและการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบขององค์กรบริหารส่วนตำบลจากข้อมูลแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ ปี 2557-2560 อาชีพที่มีผู้ประกอบอาชีพมากที่สุดในบางกะเจ้าคืออาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 49.01 รองลงมาได้แก่อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 25.12 4. ในอดีตประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนรายได้หลักในยุคแรกคือทำสวนส้มและสวนผสม เพราะทางการงดเว้นการเก็บค่าอากรกับส้ม ส้มที่มีชื่อเสียงคือ "ส้มเทพรส" บางคนเรียกส้มพระประแดง ในยุคต่อมาปลูกมะพร้าวเพื่อทำน้ำตาลมะพร้าวเนื่องจากราคาดีกว่าผลไม้ทั่วไปแต่ต่อมามีผลผลิตน้อยและต้นทุนสูงจึงหันมาทำสวนผสมแบบเดิมโดยผลไม้ที่ปลูกคือมะพร้าวน้ำหอม มะม่วงน้ำดอกไม้ ส้ม มะปราง ละมุด มะนาว กล้วยหอม กล้วยน้ำว้า กระท้อน มะไฟ มะเฟือง ชมพู่มะเหมี่ยว พุทรา หมาก พืชสวนครัว เช่น ชะอม และเนื่องจากสภาพ 3 น้ำ ที่เรียกว่า ลักจืด ลักเค็ม ผลไม้ที่ปลูกที่นี่จึงหวานแหลมกว่าพื้นที่ทั่วไป (ฐานข้อมูลชุมชนคุ้มบางกะเจ้า ,2558) ดังแสดงตามภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2 พื้นที่ทำสวนของชุมชนบางกะเจ้า

2.6.5 การเดินทางไปยังชุมชนบางกะเจ้า

การเดินทางมายังชุมชนบางกะเจ้า มี 6 วิธี ได้แก่

1. ท่าเรือวัดบางนานอก - ท่าเรือวัดบางน้ำผึ้งนอก

ท่าเรือวัดบางนานอกอยู่ที่ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เรือข้ามฟากที่นี่เป็นเรือโดยสารขนาดใหญ่สามารถนำรถจักรยานและมอเตอร์ไซค์ลงเรือไปได้ ให้บริการตั้งแต่เวลา 05.00 น. หรือถ้าขับรถยนต์ไปทางบางนาก็สามารถจอดไว้ที่วัดบางนานอกได้ แต่ถ้าไม่มีรถส่วนตัว สามารถขึ้น BTS มาลงที่สถานีบางนา ทางออกที่ 2 ตรงมาทางสี่แยกบางนา แล้วเลี้ยวซ้ายเข้ามาใน ถ.สรรพาวุธจากนั้นตรงเข้ามาจนสุดทางก็จะพบกับท่าน้ำวัดบางนานอกค่าโดยสารอยู่ที่ 4 บาท (6 บาท สำหรับคนที่มีจักรยานมาด้วย) เมื่อข้ามไปถึงแล้วจะมีร้านเช่าจักรยานอยู่ทางด้านซ้ายของทางออกท่าน้ำวัดบางน้ำผึ้งนอกคันละ 80 บาท ปั่นได้ทั้งวัน และได้แผนที่บางกะเจ้าพร้อมคำแนะนำ

2. ท่าเรือวัดคลองเตยนอก – ท่าเรือบางกะเจ้า (กำนันขาว)

ท่าเรือวัดคลองเตยนอก อยู่ที่ ถนนเกษมราษฎร์ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย เรือที่ท่านี้จะเป็นเรือหางยาวสามารถนำรถจักรยานลงไปด้วยได้ แต่จะได้ไม่กี่คันเนื่องจากไม่ใช่เรือขนาดใหญ่ค่าโดยสารคนละ 20 บาท ถ้ามาทางนี้จะใกล้พิพิธภัณฑ์ปลากัดและสวนศรีนครเขื่อนขันธ์

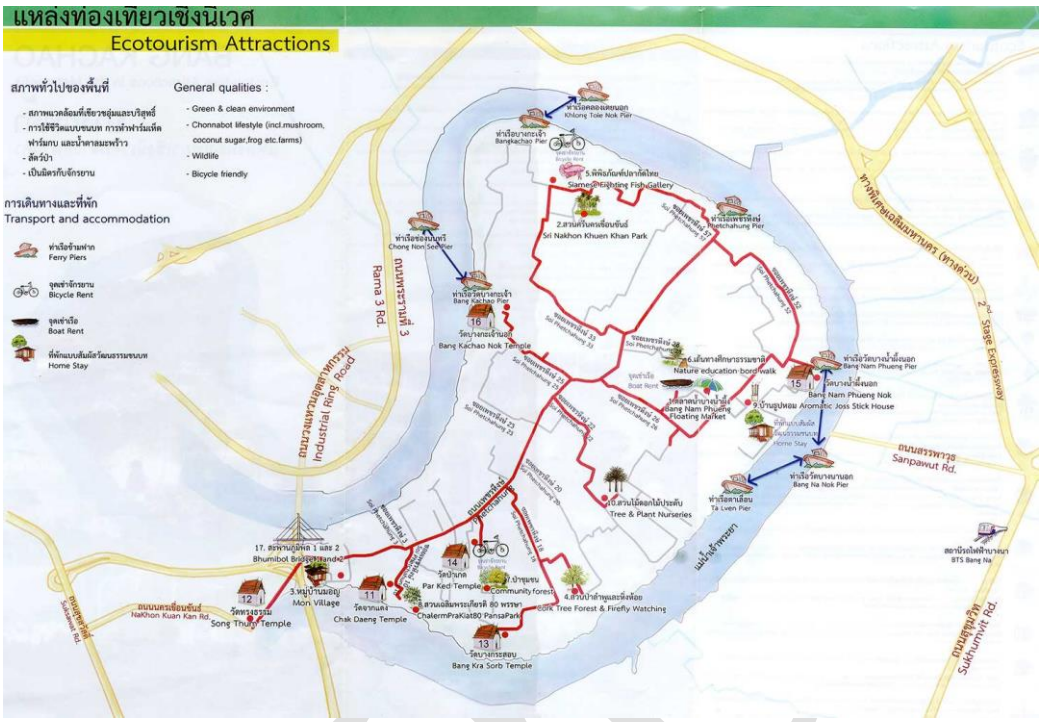
3. ท่าเรือข้างธนาคารกรุงเทพ สำนักงานพระราม 3 – ท่าเรือวัดบางกะเจ้า นอกท่าเรือ ข้างธนาคารกรุงเทพ สำนักงานพระราม 3 อยู่ที่ ถนนพระรามที่ 3 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา ท่าเรือที่นี่จะหาค่อนข้างยากถ้าใครไม่รู้จักละแวกช่องนนทรีอาจหายากไปสักหน่อยแต่ดีตรงที่ไม่ค่อยมีคนให้เบียดเสียดกันมากนัก

1. ท่าเรือสาธุประดิษฐ์ – ท่าเรือวัดโปรดเกศเชษฐารามท่าเรือสาธุประดิษฐ์ อยู่ที่ ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา มีเรือใหญ่ให้บริการทั้งวัน ออกเป็นรอบๆ แต่ข้ามมาแล้วจะมาถึงถนนเพชรหึงษ์ช่วงต้นๆ ถ้าอยากจะปั่นเที่ยวจุดท่องเที่ยวเด่นๆ ในคุ้งอาจจะต้องปั่นเข้ามาไกลพอสมควร

5. เดินทางด้วยรถสาธารณะ สามารถนั่งรถเมล์สายต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ สาย 6 : บางลำภู-พระประแดง จอดเทียบที่ท่าเรือพระประแดง สาย 35 : พระประแดง - สายใต้ใหม่ (ตลิ่งชัน) สายนี้จะไปสิ้นสุดที่ วัดรวก ต้องต่อมอเตอร์ไซค์รับจ้าง รถเมล์ หรือรถสองแถวที่วิ่งเข้าท่าน้ำพระประแดง สาย 82 : พระประแดง-พาหุรัด มาจอดเทียบที่ท่าเรือพระประแดง สาย 138 : พระประแดง – จัตุจักร ขึ้นที่ ป้ายรถเมล์บริเวณ BTS หมอชิต ฝั่งสวนจตุจักร นั่งยาวไปจนถึงวัดกลางพระประแดง หน้าวัดจะมีวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างอยู่ ให้ไปส่งบริเวณท่าน้ำพระประแดง หรือเดินไปประมาณ 600 เมตร สาย 506 : ปากเกร็ด – พระประแดง รถจะวิ่งไปสุดสายที่ตลาดพระประแดง

เมื่อมาถึงที่บริเวณท่าน้ำพระประแดงจะมีรถสองแถวเล็กๆ ที่เป็นรถกระป๊อวิ่งไปยังจุดต่างๆ ในคุ้งบางกะเจ้า ลองถามคนแถวนั้นได้รถจะวิ่งเข้าถนนเพชรหึงษ์เป็นเส้นหลักยาวๆ เข้าไปในคุ้งบางกะเจ้า บางสายก็ตรงเข้าไปจอดในวัดบางน้ำผึ้งในติดกับตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

6. รถยนต์ส่วนบุคคลใช้เส้นทาง ถนนวงแหวนอุตสาหกรรม ข้ามสะพานภูมิพล 1 เข้าซอยทรงธรรมและเข้าสู่ถนนเพชรหึงษ์ วิ่งตรงเข้าชุมชนบางกะเจ้า (เทศบาลนครสมุทรปราการ 31 ต.ค. 2017 ดังแสดงตามภาพที่ 2.3



ภาพที่ 3 เส้นทางการเดินทางมายังชุมชนบางกะเจ้า จ.สมุทรปราการ

2.6.6 สิ่งดึงดูดของชุมชนบางกระเจ้า จ.สมุทรปราการ

พื้นที่สีเขียวชุมชนบางกะเจ้ามีทรัพยากรที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรมทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ทำให้ชุมชนได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งด้านความความรู้ ด้านนันทนาการมีรายได้จากผลผลิตของสวนผลไม้มีอาชีพเสริมอาชีพใหม่ที่เกิดขึ้นคือการให้บริการ เช่น บริการนวดแผนไทย บริการให้เช่ารถจักรยาน บริการรับทำอาหารให้กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นต้น ส่งผลต่อประชาชนในพื้นที่บางกลุ่มที่สามารถประกอบการหรือทำกิจกรรมเสริมรายได้ชุมชนบางกะเจ้าเป็นพื้นที่สวนผลไม้พื้นที่ป่าชุมชนพื้นที่ป่าชายเลนมีการจัดการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ของกรมป่าไม้ที่ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่สวนสาธารณะสวนศรีนครเขื่อนขันธ์ มีพื้นที่ป่าชุมชนที่ให้ชุมชนดูแลนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และพนักงานของหน่วยงาน ชุมชนบางกะเจ้าเป็นพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมไทยและมอญชุมชนและองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและในพื้นที่ยังมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญได้รับความ

สนใจจากนักท่องเที่ยวอีกด้วยสามารถท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของท้องถิ่นภายในชุมชนบางกะเจ้ายังธำรงวิถีชีวิตของชาวสวนวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำมีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้ชมเองตามเส้นทางและกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเรียนรู้ตามความสนใจ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจพิเศษ มี 1) การท่องเที่ยวทางจักรยาน 2) การท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง 3) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์การท่องเที่ยวทั้ง 3 ลักษณะนี้เป็นความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยว และ 4) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหลายๆ ลักษณะในแต่ละครั้ง ดังแสดงตามภาพที่ 2.4

ภาพที่ 4 กิจกรรมปั่นจักรยานภายในสวนศรีนครเขื่อนขันธ์

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

อัศวิน แสงพิกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงในในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี โดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย งานวิจัยในครั้ง นี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจผลักดันที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความชอบสนุกสนานและการพักผ่อน การชอบค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ และการชอบเข้าสังคมพบปะผู้คน ส่วนปัจจัยดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัย และความสะอาด แต่อย่างไรก็ตามหากวิเคราะห์ในเชิงสถิติพบว่าแรงจูงใจหลักที่แท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความชอบสนุกสนานและการพักผ่อน ส่วนปัจจัยดึงดูดที่สำคัญของประเทศไทยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา นอกจากนั้นยังมีการทดสอบความแตกของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การทดสอบแบบ CHI SQUARE และการวิเคราะห์ความแปรปรวน งานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

อัศวิน แสงพิกุล (2552) ได้วิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป พบว่า แรงจูงใจผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและยุโรป มีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในสถานที่ต่างๆ (Novelty Seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรประบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นปัจจัยดึงดูดหลักให้อยากเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ยัง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง , ระยะเวลาพำนักกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร

ศรินท์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 385 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาประวัติศาสตร์ ,โบราณสถาน , โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและ

ประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยม คือ วัดภูมินทร์ ช่วงฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืนมากกว่าเดินทางมาเช้า-เย็นกลับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิคิเนีย มายอร์ (2555) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31-41 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ไม่ได้ทำงานประจำ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้มากที่สุดและมีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบ ครัวโดยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลและส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง และเมื่อพิจารณาทั้งสองปัจจัยนั้น เหตุผลที่เดินทางมาท่อง เที่ยวพบว่าท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านคมนาคมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่อง เที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรจะส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ให้คงความเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไป รวมถึงควรจะ

ผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อความทันสมัย แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ ซึ่งเชื่อว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นถือเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

เจนจิรา บรรจงนึก (2555) ได้วิจัยเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ทักษะแรง งานมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และมีภูมิลำเนาทางภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ด้านปัจจัยผลัก คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือเพื่อเข้าร่วมการประชุมหรือสัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 (ระดับน้อย) และให้ความสำคัญกับปัจจัยดึงในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตกมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความเงียบและสงบของเมืองน่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้างทรงล้านนาโบราณ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (ระดับปานกลาง) ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูด (แหล่งท่องเที่ยว) มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (ระดับมาก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (ระดับมาก) ด้านคมนาคมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (ระดับมาก) ตามลำดับ การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่านด้านต่างๆ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาส่งเสริม หรือวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เช่น การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือแคมเปญต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรกำหนดทิศทางการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน

กิติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาค้นคว้าเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน

400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.2 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 46.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 42.7 เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 48.2 และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 47.1 2.) ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ 1 ครั้ง ร้อยละ 40.5 เป็นการเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 36.7 โดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 68.9 ในวันหยุดเสาร์/ อาทิตย์ ร้อยละ 52.4 และได้รับข้อมูลข่าวสารจากญาติ/ เพื่อน ร้อยละ 33.0 3.) ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (เช้าไปเย็นกลับ)ส่วนด้านปัจจัยดึงดูดใจ เช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาอยู่ในระดับมาก 4.) ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาพบว่า ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก 5.) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้น เพศ และสถานภาพสมรส มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธรา สุขศีรี และรองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล (2559) ได้ศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีมาก เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้เกิดแรงจูงใจในด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้เกิดแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ และภูมิลำเนา ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้เกิดแรงจูงใจในด้านการพักผ่อน แตกต่างกัน ได้แก่ อาชีพ แรงจูงใจในด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติมากที่สุด (β 0.321) รองลงมาคือ แรงจูงใจในด้านการพักผ่อน (β 0.170) และแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ (β 0.029)

เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ได้ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ21 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียน - นิสิต - นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ และอาชีพ ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

พัสตร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ ส่วนด้านอำนวยความสะดวกอยู่ระดับปานกลาง การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยรวมเมื่อจำแนกตามตัวแปรอิสระพบว่ามีความแตกต่างกัน จำนวน 11 รายการ ได้แก่ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ รายได้ตนเองต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วม

เดินทางในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสาร และจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

แคทรียา ปันทะนะ (2557) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ด้านสถานที่จัดงาน ด้านความสะดวกในการเดินทาง/ท่องเที่ยวและด้านราคา ตามลำดับ โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตาม เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนกตามอายุมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ณัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล (2558) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การรับฟังคำบอกต่อ และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และเคยมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้าจำนวน 1- 4 ครั้ง นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง โดยรวมระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การรับฟังคำบอกต่อถึงการท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก การรับรู้คุณค่าส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในขณะที่ความพึงพอใจไม่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยว โดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกระเจ้า

ชลิตา เฉลิมรักชาต (2560) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น (ก่อนหน้านี้) 1 ครั้ง ทราบข้อมูลข่าวสารของวัดร่องขุ่นจากบุคคลใกล้ชิด/ คนรู้จัก เดินทางมากับ ครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมหรือ ที่พักไปเยี่ยมชมวัดร่องขุ่นในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง 1 คน) ต่ำกว่า 500 บาท ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมากที่สุด แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมีความพึงพอใจมากในทุกด้าน เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ วัดร่องขุ่นมีความเป็น เอกลักษณ์

เฉพาะตัว โดดเด่นและแตกต่างจากวัดอื่น ด้านราคา ค่าใช้จ่ายมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ อาหารและเครื่องดื่มภายในวัดมีราคาที่เหมาะสม แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงรายมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับสูงมาก

2.7.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดน้ำในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับ ปวช. และปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนนักศึกษา มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำมากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง โดยจะเดินทางด้วยรถส่วนตัว/ รถเช่า มากับครอบครัวในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งอื่นนอกเหนือจากตลาดน้ำในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยามาก่อน จุดประสงค์หลักในการมาเพื่อการพักผ่อนและชมบรรยากาศตลาดน้ำ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือครอบครัวและเพื่อน หากมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวอีกและบอกต่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวด้วยส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการจำหน่ายสินค้า

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายใช้สอยหาซื้อสินค้า เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาด้วยกัน 2-5 คน ใช้เวลาในการเที่ยวชม 1-2 ชั่วโมงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001-1,500 บาท และรู้จักตลาดร้อยปีสามชุกโดยครอบครัว/ เพื่อนแนะนำ โดยมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน และมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวก ด้านลักษณะทางกายภาพด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้านผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา

ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 นอกจากนั้นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับต่ำมากถึงปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปาริฉัตร อิ้งจะนิล (2554) เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน / เที่ยวชมตลาด ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมากับครอบครัว กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลจากญาติหรือเพื่อน ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน การใช้จ่ายเงินต่อครั้งระหว่าง 501-1,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวครั้งแรกและจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวและต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด แรงจูงใจทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยว แบบตลาดเก่าโบราณย้อนยุค แรงจูงใจทางวัฒนธรรม พบว่า เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม และ การรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน แรงจูงใจระหว่างบุคคล พบว่า เพื่อ เดินทางจากสภาพความเป็นอยู่เดิม และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง พบว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับปานกลางความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง , ความพึงพอใจด้านสถานที่ ระดับปานกลาง, ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย ระดับปานกลาง , ความพึงพอใจด้านบุคคล ระดับมากความพึงพอใจด้านกระบวนการ ระดับปานกลาง , และความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ระดับมาก

2.7.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ

กรวรรณ สังขกร , สุรีย์ บุญญานุพงศ์ , จันทร์จิตร เธียรสิริ , กฤษณา พุ่มเล็ก , กาญจนา จี้

รัตน (2554) ได้ศึกษาการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า สถานที่เก็บข้อมูลในการศึกษานี้ คือ แหล่งท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการประเมินเบื้องต้นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนส่วนมากเป็นประเภทศาสนสถาน (วัด) ประวัติศาสตร์ (พิพิธภัณฑ์ เมืองโบราณ) ตั้งอยู่ในตัวเมือง มีการเข้าถึงสะดวก มีสิ่งบริการต่างๆ ให้เลือกใช้ ทั้งที่พักแรม ร้านขายอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีสถานที่น่าสนใจอื่นๆ ให้เที่ยวชม และมีสถานพยาบาลในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน การประเมินระดับจังหวัด พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมินทั้งหมด 139 แหล่ง และได้นำมาจัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุแยกเป็นรายจังหวัด ส่วนผลการประเมินระดับภาค พบว่า แหล่งท่องเที่ยว 10 อันดับแรกที่มีศักยภาพและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มี 9 แห่งที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีเพียงแห่งเดียวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดน่าน และยังได้จัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรม และแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในภาคเหนือตอนบน ไม่ได้เตรียมความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ การศึกษานี้จึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุแยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และตาม 4 องค์ประกอบที่ใช้ประเมิน เพื่อง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ (2557) การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การรองรับด้านท่องเที่ยวและการบริหารจัดการอยู่ในระดับดี ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามข้อที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบดังนี้ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเน้นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการใช้เวลาที่นานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ ดังนั้นหากเกิดกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาในพื้นที่ท่องเที่ยวนานขึ้นยังช่วยให้มีการใช้จ่ายและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นด้วย ทั้งนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นอาจเป็นกิจกรรมที่แปลกใหม่หรือเป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติกันมา

อย่างยาวนานและเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน นอกจากนี้ควรคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น 2) ที่พัก อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วว่านักท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบมักพักค้างคืนมากกว่า 2 คืน ดังนั้นที่พักควรมีความหลากหลาย เช่น Homestay, Farm stay, Guest house , Service apartment รวมทั้งโรงแรมและรีสอร์ทขนาดต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่มีรายได้ในระดับที่ต่างกัน 3) อาหารที่ไม่เร่งรีบ (Slow Food) ผู้ประกอบการควรใส่ใจในการเลือกวัตถุดิบที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพและเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น รวมทั้งการปรุงอาหารที่ประณีตและคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและคงรสชาติที่ดั้งเดิมไว้ ดังเช่นแนวคิดของ Slow food ที่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อใช้ในการประกอบอาหารจึงนับเป็นการกระตุ้นการผลิตด้านการเกษตรที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุนชนในท้องถิ่นเกิดรายได้ สามารถสร้างงานและอาชีพให้เกิดในท้องถิ่น รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมด้านอาหารของชาติไว้แก่ลูกหลานสืบไป ดังนั้น ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบให้ประสบผลสำเร็จได้หากมีการวางแผนการพัฒนาที่ชัดเจนก็จะสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้ โดยต้องคำนึงถึงการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เชื่อว่าการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบจะเป็นรูปแบบหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนต่อไป

อมรรัตน์ ฟริญญาณี (2558) การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-35 ปี ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากเว็ปไซต์ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมาเป็นครั้งแรก แบบไปกลับไม่พักค้างคืน สถานที่ได้รับความนิยมไปเที่ยวมากที่สุดคือตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง การใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,500 บาท 2.) คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คำนึงถึงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตดั้งเดิม 3.) ปัจจัยดึงดูดในการมาเยือนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืออัธยาศัยของคนในชุมชนบางกระเจ้าที่เป็นมิตร 4.) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการมาเยือนชุมชนบางกระเจ้า พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังการมาเยือนชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยตัวแปรทั้ง

3 ตัวนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์ความคิดเห็น โดยรวมได้ร้อยละ 37.4 (Adjusted R^2 = .374) และปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด มีค่าสัมประสิทธ์ถดถอยสูงสุดคือ .407

2.7.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบางกะเจ้า

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2553) ศึกษาการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรได้ เพราะเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐ ที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น โดยมีปัจจัยภายในคือพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520และตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การมีผู้นำอย่างเป็นทางการที่ดำรงตำแหน่งนายก อบต. ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น

ศุภโชค นาคเงิน (2556) ศึกษาการใช้ประโยชน์และการจัดการของประชาชนเพื่ออนุรักษ์พื้นที่สีเขียวบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน มีอายุ เฉลี่ย 31-50 ปี จำนวนสมาชิกในครอบครัวต่ำากว่า 4 คน การศึกษาอยู่ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 ประกอบอาชีพรับจ้าง รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการใช้ประโยชน์ในพื้นที่สีเขียวเพื่อการประกอบอาชีพและจะปล่อยที่ดินของตนเองให้เช่าหรือขาย แนวทางการจัดการ คือการออกกฎหมายควบคุมการใช้ที่ดินห้ามใช้ที่ดินประกอบการอื่นนอกจากการเกษตร จากการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียว พบว่ามีส่วนร่วมเฉลี่ยในการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.16 จากการมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน การมีส่วนร่วมในด้านการปฏิบัติตามแผน การมีส่วนร่วมติดตามประเมินผล นโยบายการจัดการพื้นที่สีเขียวตามพระราชดำริโดยการรักษาพื้นที่สีเขียวร้อยละ 70 และพื้นที่ประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ร้อยละ 30 เช่น การทำเกษตรกรรม ที่อยู่อาศัย และ

การท่องเที่ยว ของพื้นที่ทั้งหมด 11,818.75 ไร่ พบว่า การอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวร่วมกับที่อยู่อาศัย ก่อให้เกิดมูลค่าผลประโยชน์รวมสูงที่สุดประมาณ 9,932 ล้านบาท/ปี ดังนั้นจึงควรจัดการพื้นที่สีเขียวบางกะเจ้าโดยการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวร่วมกับพื้นที่ที่อยู่อาศัย

ภัทรวดี จินดารักษ์ (2559) การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่สีเขียวตำบลบางกะเจ้าและตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่เห็นว่าการท่องเที่ยวชุมชนก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากที่สุด คือ เกิดรายได้เพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างทั้งสองตำบลได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวโดยบางกะเจ้าพบน้อยกว่าบางน้ำผึ้ง บางกะเจ้ามีค่าคะแนนระดับความรู้ความเข้าใจเฉลี่ยเท่ากับ 11.19 บางน้ำผึ้ง 9.88 จากคะแนนเต็ม 14 คะแนน ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบางกะเจ้าและบางน้ำผึ้งอยู่ในระดับน้อย คะแนนเฉลี่ยบางกะเจ้า1.29 และบางน้ำผึ้ง1.73 จากคะแนนเต็ม 3 ผลการทดสอบสมมุติฐาน ปรากฏว่า การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่สีเขียวตำบลบางกะเจ้าและตำบลบางน้ำผึ้ง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นตำบลบางกะเจ้า การได้รับหรือไม่ได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว จึงมีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รวีวรรณ วิโรจน์วรรณ (2561) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเส้นทางการปั่นจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณพื้นที่บางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยว ที่มาปั่นจักรยานพื้นที่บางกระเจ้าต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน มีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนแนวทาง ในการพัฒนาเส้นทางพบว่า มี 7 ประเด็นคือ 1. ด้านคมนาคม ควรมีการพัฒนาเส้นทางเรียนรู้วิถีธรรมชาติร่วมกับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 3. ด้านความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและศูนย์รับแจ้งเหตุ 4. ด้านความสะอาดของสถานที่ควรให้ประชาชน ในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดูแลความสะอาดพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยว 5. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้าควรกำหนด มาตรฐานการบริการกับผู้ประกอบการ 6. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชน โดยส่งเสริมความรู้การพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 7. ด้านกิจกรรมการ

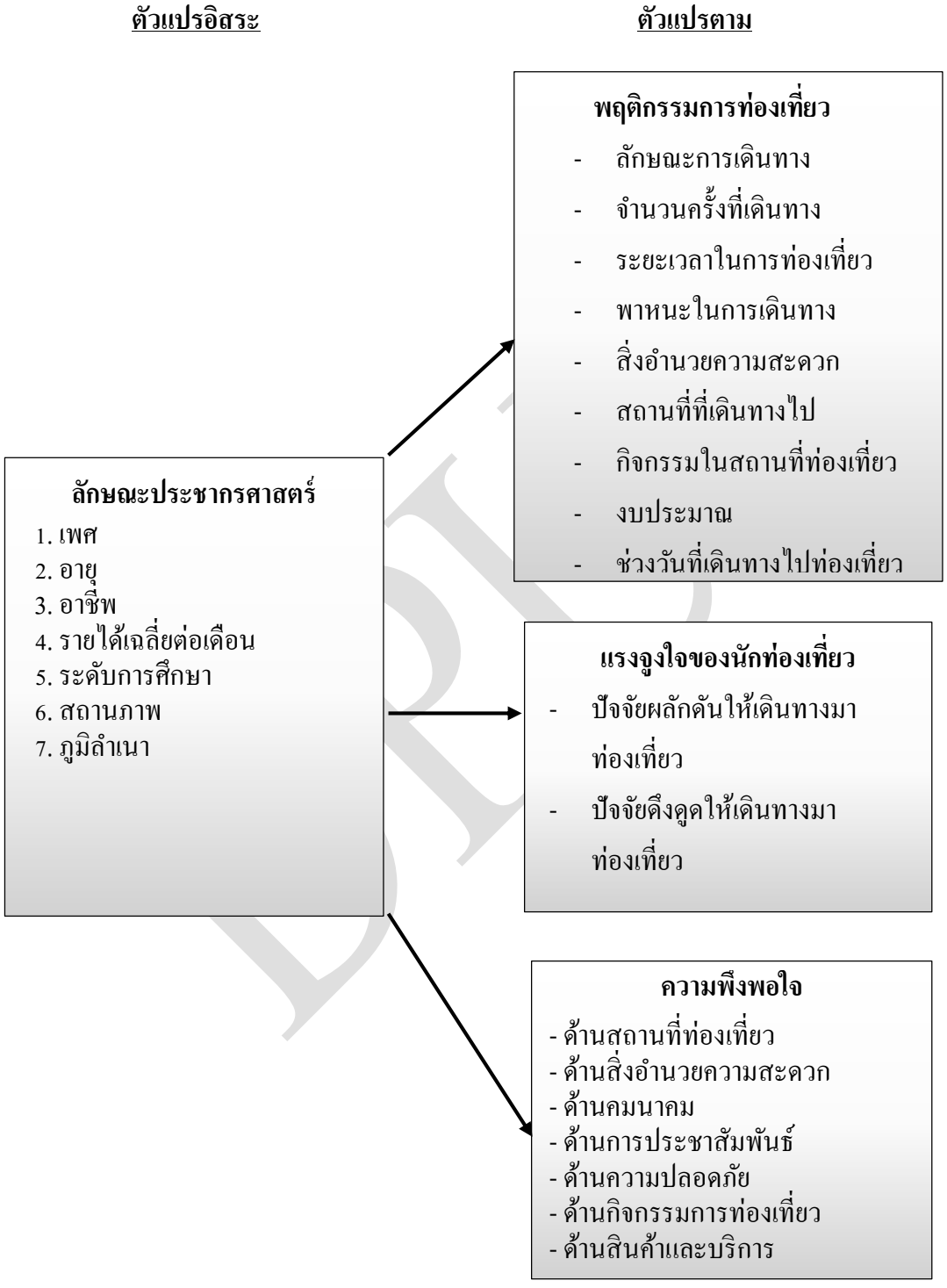
ท่องเที่ยว ควรใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นมาใช้เป็นจุดขาย

จากที่กล่าวมาเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ สรุปได้ว่า ตัวแปรสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยมีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ และตัวแปรตาม ได้แก่ 2) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ตามทฤษฎีของ ฮัดแมน (Hudman, 1980) ทั้งปัจจัยผลัก (Push Factor) ซึ่งหมายถึง เหตุผลที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการและปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการและ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นั้นยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนและผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

2.8 กรอบแนวความคิด

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้


ตัวแปรอิสระ
ตัวแปรตาม
ลักษณะประชากรศาสตร์
1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
5. ระดับการศึกษา
6. สถานภาพ
7. ภูมิลำเนา
พฤติกรรมการท่องเที่ยว
- ลักษณะการเดินทาง
- จำนวนครั้งที่เดินทาง
- ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
- พาหนะในการเดินทาง
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- สถานที่ที่เดินทางไป
- กิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว
- งบประมาณ
- ช่วงวันที่เดินทางไปท่องเที่ยว
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
- ปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยว
- ปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว
ความพึงพอใจ
- ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านคมนาคม
- ด้านการประชาสัมพันธ์
- ด้านความปลอดภัย
- ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- ด้านสินค้าและบริการ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึงสิงหาคม พ.ศ.2562 กับนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย โดยได้แบ่งวิธีการและดำเนินการวิจัยออกมาเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

DPU

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึงสิงหาคม พ.ศ.2562

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึงสิงหาคม พ.ศ.2562

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ คอแครน W.G. Cochran, 1977 (อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

สูตร $n = \frac{Z^2}{4e^2}$

โดย n แทน จำนวนตัวอย่าง

Z แทน ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้
(ที่นิยมใช้ คือ ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยค่า Z = 1.96
(ระดับความเชื่อมั่น 99 % โดยค่า Z = 2.58)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้
(ที่นิยมใช้ คือ 5 % หรือ e = 0.05)

แทนค่า $n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$

$= 384.16$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

DPU

3) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึง สิงหาคม พ.ศ.2562 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ

3.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแนวแบบสอบถามสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมาจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดแนวทฤษฎีแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษา สถานภาพ และภูมิลำเนา มีทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการ เป็นต้น มีทั้งหมด 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยผลักดันละปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวมาท่องเที่ยว ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ มีทั้งหมด 14 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีทั้งหมด 7 ด้าน 27 ข้อ

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยประยุกต์มาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยวตรง

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 ถึงสิงหาคม พ.ศ.2562

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ รายงาน วิจัย อินเตอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. แบบสอบถามชนิดเลือกตอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาร้อยละ (Percentage) เสนอผลวิเคราะห์ในรูปแบบตารางความเสี่ยง
2. ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานให้คะแนนแต่ละระดับ

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวนั้นแสดงออกมาเป็นสถิติค่าร้อยละ (Mean) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นั้นใช้สถิติ (t-test) ในการวิเคราะห์ ความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจและความพึงพอใจระหว่างเพศ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง ค่าเฉลี่ย อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษา

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุดปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์ประเมินผล โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุดปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

DPU

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำไปเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ชุด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

4.1 ผลของการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

4.2 ผลของการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

4.3 ผลของการวิเคราะห์แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

4.4 ผลของการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมติฐานการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

จากการวิเคราะห์สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลา

การพำนักในชุมชน สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน และรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือน ได้ผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการพำนักในชุมชน สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน และรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือน

(n = 400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	152	38.00
หญิง	248	62.00
รวม	**400**	**100.00**
2. อายุ		
20-25 ปี	190	47.50
26-35 ปี	132	33.00
36-45 ปี	36	9.00
46-55 ปี	22	5.50
56-65 ปี	20	5.00
รวม	**400**	**100.00**
3. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	144	36.00
ข้าราชการ	62	15.50
พนักงานบริษัทเอกชน	109	27.25
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	61	15.25
อื่น ๆ โปรดระบุ	24	6.00
รวม	**400**	**100.00**
4. รายได้		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	147	36.75

DPU

15,001 – 30,000 บาท	162	40.50
30,001 – 50,000 บาท	74	18.50
50,001 บาทขึ้นไป	17	4.25
รวม	**400**	**100.00**
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	96	24.00
ปริญญาตรี	260	65.00
ปริญญาโท หรือสูงขึ้นไป	44	11.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 มีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 เป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาเยือน ช่องทางรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ได้ผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		

1) คนเดียว	37	9.25
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	150	37.50
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	213	53.25
4) บริษัทนำเที่ยว	0	0
รวม	**400**	**100.00**
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง		
1) ครั้งแรก	231	57.75
2) ครั้งที่ 2	118	29.50
3) มากกว่า 2 ครั้ง	51	12.75
รวม	**400**	**100.00**
3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร		
1) อินเตอร์เน็ต	174	43.50
2) เอกสารการท่องเที่ยว	39	9.75
3) เพื่อน	160	40.00
4) โทรทัศน์	15	3.75
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	12	3.00
รวม	**400**	**100.00**
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด		
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	116	29.00
2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	199	49.75
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	49	12.25
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	36	9.00
รวม	**400**	**100.00**
5. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ		
1) รถยนต์ส่วนตัว	205	51.25
2) รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	95	23.75
3) รถตู้/รถเช่า	15	3.75
4) รถแท็กซี่	29	7.25

DPU

5) เรือ	19	4.75
6) รถจักรยาน	37	9.25
รวม	**400**	**100.00**
6. สิ่งอำนวยความสะดวกใดที่ท่านคิดว่าควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1) ที่จอดรถ	120	30.00
2) ป้ายบอกทาง	141	35.25
3) ป้ายสื่อความหมายให้ความรู้ในจุดต่าง ๆ	90	22.50
4) ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก	69	17.25
5) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว	104	26.00
6) ถังขยะ/จุดกำจัดของเสีย	111	27.75
7) จุดบริการแวะพักสำหรับนักท่องเที่ยว	164	41.00
8) ห้องน้ำ	278	69.50
9) บริการอินเตอร์เน็ตสาธารณะ	0	0
10) อื่น ๆ ระบุ……	0	0
7. ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ท่านได้ไปแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1) สวนศรีนครเขื่อนขันธ์	332	83.00
2) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	252	63.00
3) บ้านธูปหอมสมุนไพร	58	14.50
4) บางกอกทรีเฮ้าส์	98	24.50
5) วัดบางน้ำผึ้งใน	152	38.00
6) พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย	52	13.00
8. ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ท่านทำกิจกรรมนันทนาการกิจกรรมใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1) ปั่นจักรยาน	339	84.75
2) พายเรือ	36	9.00

DPU

3) ทำผ้ามัดย้อม	29	7.25
4) ถ่ายรูป	257	64.25
5) ทำบุญ/ไหว้พระ	119	29.75
6) ดูนก/ส่องนก	149	37.25
7) พักผ่อนในบรรยากาศที่สงบ	225	56.25
8) ทำธูปหอมไล่ยุง	24	6.00
9. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ		
1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	218	54.50
2) 1,001 – 2,000 บาท	114	28.50
3) 2,001 – 2,500 บาท	55	13.75
4) มากกว่า 2,500 บาท	13	3.25
รวม	**400**	**100.00**
10. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ		
1) เสาร์ – อาทิตย์	328	82.00
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	49	12.25
3) วันธรรมดา	23	5.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 โดยเดินทางมาเยือนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ห้องน้ำ จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา คือ จุดบริการแวะพักสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และป้ายบอกทาง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 ตามลำดับ ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนมากที่สุด คือ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์

จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา คือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และวัดบางน้ำผึ้งใน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 โดยมีการประกอบกิจกรรมปั่นจักรยานมากที่สุด จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมา คือ ถ่ายรูป จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 และพักผ่อนในบรรยากาศที่สงบ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท ในการท่องเที่ยว จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 ซึ่งนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00

4.3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยผลักดันและแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ในรูปแบบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20 สำคัญมาก
2.61 - 3.40 สำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60 สำคัญน้อย
1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยแรงจูงใจปัจจัยผลักดันและแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	4.40	0.660	สำคัญมากที่สุด
เพื่อพาครอบครัวมาท่องเที่ยว	4.18	0.996	สำคัญมาก
เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ	4.35	0.599	สำคัญมากที่สุด
เพื่อหลีกหนีความจำเจ/ ความเครียดในชีวิตประจำวัน	4.36	0.637	สำคัญมากที่สุด
เพื่อต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ	3.91	0.963	สำคัญมาก
เพื่อต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน	4.33	0.657	สำคัญมากที่สุด

DPU

(ไปเช้า เย็นกลับ)			
เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.14	0.941	สำคัญมาก
แรงจูงใจปัจจัยดึงดูด	**ค่าเฉลี่ย**	**SD**	**แปลผล**
มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ	4.22	0.659	สำคัญมากที่สุด
ความมีชื่อเสียงของ “ชุมชนบางกะเจ้า”	4.13	0.685	สำคัญมาก
ความหลากหลายทางกิจกรรม	4.15	0.738	สำคัญมาก
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.07	0.720	สำคัญมาก
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	4.06	0.754	สำคัญมาก
ใกล้สถานที่อยู่อาศัย	3.93	0.877	สำคัญมาก
ความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของ “ชุมชนบางกะเจ้า”	4.10	0.690	สำคัญมาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันและแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการนั้นมีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในระดับมากที่สุดให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ เพื่อหลีกหนีความจำเจ/ ความเครียดในชีวิตประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.36 เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.35 และเพื่อต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (ไปเช้า เย็นกลับ) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการในรูปแบบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

4.21 - 5.00 พึงพอใจมากที่สุด

3.41 - 4.20 พึงพอใจมาก

DPU

2.61 - 3.40 พึงพอใจปานกลาง

1.81 - 2.60 พึงพอใจน้อย

1.00 - 1.80 พึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านสถานที่ท่องเที่ยว($\overline{X}$ = 4.53)			
ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	4.38	0.626	มากที่สุด
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.45	0.643	มากที่สุด
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.28	0.698	มากที่สุด
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$= 4.07)			
มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม	3.86	0.725	มาก
มีป้ายบอกเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่าง ๆ ในชุมชนอย่างชัดเจน	3.93	0.730	มาก
มีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ	3.83	0.765	มาก
มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ	3.86	0.748	มาก
3.ด้านคมนาคม ($\overline{X}$= 4.27)			
ความสะดวกในการเข้าถึงสถานท่องเที่ยว	4.09	0.677	มาก
มีเส้นทางคมนาคมในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น ทางรถยนต์ ทางน้ำ และทางรถไฟฟ้า	4.17	0.751	มาก
มีรถประจำทางให้บริการภายในสถานที่ท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน	4.02	0.816	มาก
4.ด้านความปลอดภัย ($\overline{X}$= 3.99)			
ศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.86	0.798	มาก
ป้ายเตือนภัยต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.91	0.789	มาก

5.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\overline{X}$= 4.33)			
กิจกรรมไหว้พระ/ทำบุญ	4.01	0.845	มาก
การปั่นจักรยานชมรอบ ๆ ชุมชนบางกะเจ้า	4.27	0.717	มากที่สุด
การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ปลากัด	3.92	0.897	มาก
การเดินเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	4.18	0.682	มาก
กิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น ทำธูปหอมสมุนไพร, การทำผ้ามัดย้อม	3.76	0.954	มาก
กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ	4.32	0.699	มากที่สุด
การดูนก/ส่องนก	3.96	0.791	มาก
การมาซื้อของกิน ของฝาก	4.20	0.772	มากที่สุด
6.ด้านอื่นๆ ($\overline{X}$= 4.09)			
ราคาของสินค้าและบริการ	3.98	0.715	มาก
ของฝากและของที่ระลึก	3.96	0.761	มาก
ค่าใช้จ่ายกิจกรรมในชุมชนบางกะเจ้า	4.06	0.654	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการนั้นอยู่ในระดับมาก โดยจากความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มีเพียง 2 ด้านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย4.38 ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.28 และ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 4.32 การปั่นจักรยานชมรอบ ๆ ชุมชนบางกะเจ้า คิดเป็นร้อยละ 4.27 การมาซื้อของกิน ของฝาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.20

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ การเคยเดินทางมาท่องเที่ยวบางกะเจ้า และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ในส่วนสมมติฐานข้อที่ 1 นี้ มีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การเคยเดินทางมาท่องเที่ยวบางกะเจ้า และอาชีพ และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

H_1: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติของการทดสอบ Pearson Chi - square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ทั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 4.5 – 4.9

ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	**เพศ (ร้อยละ)**		χ^2 **(df) (sig.)**
	ชาย	**หญิง**	
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว			
1) คนเดียว	4.25	5.00	1.949 (2) (.377)
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	15.00	22.50	
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	18.25	33.50	
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง			
1) ครั้งแรก	22.50	35.25	.814 (2) (.413)
2) ครั้งที่ 2	10.50	19.00	
3) มากกว่า 2 ครั้ง	5.00	7.75	
3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร			
1) อินเตอร์เน็ต	16.00	27.50	9.607
2) เอกสารการท่องเที่ยว	2.25	7.50	

DPU

3) เพื่อน	16.25	23.75	(4)
4) โทรทัศน์	2.50	1.25	(.048)
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.00	2.00	
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด			
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	5.00	17.25	
2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	17.50	32.25	1.633
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	4.75	7.50	(3)
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	4.00	5.00	(.652)
5. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ			
1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	32.75	21.75	.741
2) 1,001 บาท ขึ้นไป	29.25	16.25	(1)
			(.389)
6. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ			
1) เสาร์ – อาทิตย์	51.25	30.75	1.583
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	6.75	5.50	(2)
3) วันธรรมดา	4.00	1.75	(.453)

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว (Sig. = .377) จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .413) การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .652) การใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .389) ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .453)

ในขณะที่ผลการทดสอบพบว่า เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ

เพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. =.048) พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าด้วยอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 27.50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยว

เพศชาย นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากเพื่อน และอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ (ร้อยละ)			x^2 (df) (sig.)
	20-25 ปี	26-45 ปี	46-65 ปี	
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				41.914 (4) (.000)*
1) คนเดียว	4.75	3.50	1.00	
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	10.50	20.25	6.75	
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	32.25	18.25	2.75	
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง				40.489 (4) (.000)*
1) ครั้งแรก	34.00	18.00	5.75	
2) ครั้งที่ 2	8.25	16.50	4.75	
3) มากกว่า 2 ครั้ง	5.25	7.50	0.00	
3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร				
1) อินเตอร์เน็ต	21.50	18.75	3.25	29.452 (8) (.000)*
2) เอกสารการท่องเที่ยว	2.25	5.75	1.75	
3) เพื่อน	22.25	14.00	3.75	
4) โทรทัศน์	0.50	2.50	0.75	
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.00	1.00	1.00	
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด				
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	16.00	9.50	3.50	9.576 (6) (.144)
2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	22.75	21.25	5.75	
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	4.75	6.75	0.75	
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	4.00	4.50	0.50	
5. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				

1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	31.75	20.75	2.00	34.718 (2) (.000)*
2) 1,001 – 2,000 บาท	15.75	21.25	8.50	
6. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
1) เสาร์ – อาทิตย์	39.50	33.75	8.75	2.669 (4) (.615)
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	5.75	5.75	.75	
3) วันธรรมดา	2.25	2.50	1.00	

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับ การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .144) ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .615)

ในขณะที่ผลการทดสอบพบว่า อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ

อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 20-25 ปี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 26-45 ปี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง และเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และ 18.25 ตามลำดับ

อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 20-25 ปี นิยมเดินทางครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 34.00ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 26-45 ปี นิยมเดินทางครั้งแรก และเดินทางมาเป็นครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 16.50 ตามลำดับ

อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 20-25 ปี นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 26-45 ปี นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากอินเตอร์เน็ต และจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 14.00 ตามลำดับ

อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 20-25 ปี นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.75 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุช่วง 26-45 ปี นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า 1,001 – 2,000 บาท และต่ำกว่า 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 21.25 และ 20.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	**อาชีพ (ร้อยละ)**		χ^2 **(df) (sig.)**
	นิสิต/ นักศึกษา	**วัยทำงาน**	
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว			30.191 (2) (.000)*
1) คนเดียว	3.50	5.75	
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	7.25	30.25	
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	25.25	28.00	
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง			47.998 (2) (.000)*
1) ครั้งแรก	29.00%	28.75%	
2) ครั้งที่ 2	4.75%	24.75%	
3) มากกว่า 2 ครั้ง	4.75%	10.50%	
3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร			
1) อินเตอร์เน็ต	14.50	29.00	23.147 (4) (.000)*
2) เอกสารการท่องเที่ยว	1.50	8.25	
3) เพื่อน	19.00	21.00	
4) โทรทัศน์	0.25	3.50	
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	0.75	2.25	
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด			
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	16.25	12.75	4.774

DPU

2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	33.50	16.25	(3)
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	8.50	3.75	(.189)
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	5.75	3.25	
9. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ			
1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	31.50	23.00	7.998
2) 1,001 บาท ขึ้นไป	32.50	13.00	(1)
			(.005)*
10. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ			
1) เสาร์ – อาทิตย์	52.50	29.50	1.474
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	7.25	5.00	(2)
3) วันธรรมดา	4.25	1.50	(.478)

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับ การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .189) และช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .478)

ในขณะที่ผลการทดสอบพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงาน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 30.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน และครอบครัว/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 25.25 และ 7.25 ตามลำดับ

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 29.00 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ

นักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงาน นิยมนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า เป็นครั้งแรก และเดินทางมาเป็นครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 24.75 ตามลำดับ

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. =.000) พบว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงาน นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 29.00 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากเพื่อนและอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 19.00และ 14.50 ตามลำดับ

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า 1,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ ที่อยู่ในวัยทำงาน นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.00

ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	**รายได้ (ร้อยละ)**			χ^2 **(df) (sig.)**
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	**15,001 – 30,000 บาท**	**30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป**	
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				39.315 (4) (.000)*
1) คนเดียว	3.75	4.00	1.50	
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	6.75	18.50	12.25	
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	26.25	18.00	9.00	
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง				16.428 (4) (.002)*
1) ครั้งแรก	25.75	21.25	10.75	
2) ครั้งที่ 2	7.00	14.25	8.25	
3) มากกว่า 2 ครั้ง	4.00	5.00	3.75	

3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร				
1) อินเตอร์เน็ต	21.50	18.75	3.25	29.452
2) เอกสารการท่องเที่ยว	2.25	5.75	1.75	(8)
3) เพื่อน	22.25	14.00	3.75	(.000)*
4) โทรทัศน์	0.50	2.50	0.75	
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.00	1.00	1.00	
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด				
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	13.25	10.25	5.50	8.486
2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	17.25	21.00	11.50	(6)
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	3.50	6.00	2.75	(.205)
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	2.75	3.25	3.00	
9. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	26.00	21.50	7.00	36.447
2) 1,001 บาท ขึ้นไป	10.75	19.00	15.75	(2)
				(.000)
10. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
1) เสาร์ – อาทิตย์	31.00	31.75	19.25	9.865
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	4.50	6.50	1.25	(4)
3) วันธรรมดา	1.25	9.00	2.25	(.043)

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับ การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .205)

ในขณะที่ผลการทดสอบพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

กับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง และเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และ 18.00ตามลำดับ

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .002) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 25.75 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก และมาเป็นครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 21.25 และ 14.25 ตามลำดับ

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. =.000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากอินเตอร์เน็ต และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 14.00 ตามลำดับ

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.50 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป นิยมใช้งบประมาณ1,001 บาท ขึ้นไปในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .043) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 31.75 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 31.00 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.25

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การศึกษา (ร้อยละ)			x^2 (df) (sig.)
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท ขึ้นไป	
1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				12.154 (4) (.016)*
1) คนเดียว	1.75	5.75	1.75	
2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	6.75	25.25	5.50	
3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	15.50	34.00	3.75	
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง				4.351 (4) (.361)
1) ครั้งแรก	14.50	38.25	5.00	
2) ครั้งที่ 2	6.00	19.00	4.50	
3) มากกว่า 2 ครั้ง	3.50	7.75	1.50	
3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร				
1) อินเตอร์เน็ต	9.25	30.75	3.50	29.452 (8) (.000)*
2) เอกสารการท่องเที่ยว	0.50	6.75	2.50	
3) เพื่อน	11.75	24.25	4.00	
4) โทรทัศน์	.75	2.25	0.75	
5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1.75	1.00	0.25	
4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด				
1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	8.75	18.75	1.50	15.412 (6) (.017)*
2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง	11.25	33.00	5.50	
3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง	3.25	7.00	2.00	
4) มากกว่า 5 ชั่วโมง	.75	6.25	2.00	
9. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
1) ต่ำกว่า 1,000 บาท	19.50	30.50	4.50	36.999 (2)
2) 1,001 บาท ขึ้นไป	4.50	34.50	6.50	

DPU

				(.000)*
10. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
1) เสาร์ – อาทิตย์	22.25	52.75	7.00	23.870
2) วันหยุดนักขัตฤกษ์	0.50	9.50	2.25	(4)
3) วันธรรมดา	1.25	2.75	1.75	(.000)*

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา และพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .361)

ในขณะที่ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว (Sig. = .016) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 15.50

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. =.000) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 30.75 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 11.75

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .017) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นิยมใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า 1.01 – 3.00 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.00 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า 1.01 – 3.00 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.25

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า 1,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า (Sig. = .000) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 52.75 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 22.25

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ในส่วนสมมติฐานข้อที่ 2 นี้ มีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และตัวแปรตาม คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ Independent Samples t-test และค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ทั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.10 – 4.11

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test

ลักษณะส่วนบุคคล		ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า				
		$\bar{X}$	SD	T	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.2387	.49235	.027	.978	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.2373	.50262			
		$\bar{X}$	SD	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	20-25 ปี	4.1985	.55037	2.368	.095	ไม่แตกต่าง
	26-45 ปี	4.2466	.46605			
	46-65 ปี	4.3810	.32434			
อาชีพ	นิสิต/นักศึกษา	4.1905	.55393	3.302	.011	แตกต่าง
	ข้าราชการ	4.2558	.35669			
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.2149	.48742			
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.4309	.35903			
	อาชีพอื่น ๆ	4.0893	.68423			
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.2080	.57660	1.576	.208	ไม่แตกต่าง
	15,001 – 30,000 บาท	4.2196	.47823			
	30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป	4.3187	.37801			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.2113	.55926	.608	.545	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.2571	.48649			
	ปริญญาโท ขึ้นไป	4.1818	.42285			

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test (ANOVA) ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ .978 อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .095 รายได้ มีค่า Sig. เท่ากับ .208 ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .545 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน อายุแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อาชีพมีค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการโดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

อาชีพ	$\bar{X}$	นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	อาชีพอื่น ๆ
นิสิต/นักศึกษา	4.1905	-	-.06528	-.02446	-.24044*	.10119
ข้าราชการ	4.2558	-	-	.04082	-.17515	.16647
พนักงานบริษัทเอกชน	4.2149	-	-	-	-.21597	.12566
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.4309	-	-	-	-	.34163
อาชีพอื่น ๆ	4.0893	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน กับอาชีพของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมี 1 คู่ที่แตกต่างกัน คือ นิสิต/นักศึกษา ($\overline{X} = 4.1905$) กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ($\overline{X} = 4.4309$) กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.24044 สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ในส่วนสมมติฐานข้อที่ 3 นี้ มีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และตัวแปรตาม คือ ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ Independent Samples t-test และค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ทั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.12 – 4.15

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test

ลักษณะส่วนบุคคล		ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า				
		$\bar{X}$	**SD**	**T**	**Sig.**	**ผลทดสอบ**
เพศ	ชาย	4.0705	.49021	-.751	.453	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.1083	.48793			
		$\bar{X}$	**SD**	**F**	**Sig.**	**ผลทดสอบ**
อายุ	20-25 ปี	4.1617	.46931	4.242	.015	แตกต่าง
	26-45 ปี	4.0128	.49161			
	46-65 ปี	4.1122	.52374			
อาชีพ	นิสิต/นักศึกษา	4.172	.4407	2.858	.023	แตกต่าง
	ข้าราชการ	4.028	.4804			
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.987	.5083			
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.162	.4625			
	อาชีพอื่น ๆ	4.113	.6580			
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.1827	.46600	3.984	.019	แตกต่าง
	15,001 – 30,000 บาท	4.0520	.48940			
	30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป	4.0251	.50646			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.1488	.45692	1.940	.145	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.0940	.49380			
	ปริญญาโท ขึ้นไป	3.9740	.51302			

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-

test และ F-test (ANOVA) ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ .453 และระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .145 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .015 อาชีพมีค่า Sig. เท่ากับ .023 รายได้มีค่า Sig. เท่ากับ .019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุอาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการโดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

อายุ	$\overline{X}$	20-25 ปี	26-45 ปี	46-65 ปี
20-25 ปี	4.1617	-	.14890*	.04941
26-45 ปี	4.0128	-	-	-.09949
46-65 ปี	4.1122	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน กับ**อายุ**ของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมี 1 คู่ที่แตกต่างกัน คือ อายุ 20-25 ปี ($\overline{X} = 4.1617$) กับอายุ 26-45 ปี ($\overline{X} = 4.0128$) กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-25 ปี มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-45 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .14890

ตารางที่ 4.14 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

อาชีพ	$\bar{X}$	นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	อาชีพอื่น ๆ
นิสิต/นักศึกษา	4.172	-	.1440	.1847*	.0100	.0585
ข้าราชการ	4.028	-	-	.0408	-.1339	-.0854
พนักงานบริษัทเอกชน	3.987	-	-	-	-.1747*	-1262
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.162	-	-	-	-	-.0485
อาชีพอื่น ๆ	4.113	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน กับอาชีพของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ LSD ซึ่งมี 2 คู่ที่แตกต่างกัน คือ นิสิต/นักศึกษา ($\bar{X} = 4.172$) กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.987$) กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .1847 และอีก 1 คู่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.987$) กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ($\bar{X} = 4.162$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.1747

ตารางที่ 4.15 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการโดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.1827	-	.13067*	.15758*
15,001 – 30,000 บาท	4.0520	-	-	.02691
30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป	4.0251	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน กับรายได้ของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ LSD ซึ่งมี 2 คู่ที่แตกต่างกัน คือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\bar{X} = 4.1827$) กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 4.0520$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .13067 และอีก 1 คู่ คือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\bar{X} = 4.1827$) กับรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป ($\bar{X} = 4.0251$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .15758

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ในส่วนสมมติฐานข้อที่ 4 นี้ มีตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา และตัวแปรตาม คือ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1: นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ Independent Samples t-test และค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ทั้งนี้ในส่วนของการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.14 – 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test

ลักษณะส่วนบุคคล		ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ				
		$\bar{X}$	**SD**	**T**	**Sig.**	**ผลทดสอบ**
เพศ	ชาย	4.5066	.68083	-.686	4.93	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.5524	.62770			
		$\bar{X}$	**SD**	**F**	**Sig.**	**ผลทดสอบ**
อายุ	20-25 ปี	4.1117	.40037	6.503	.002	แตกต่าง
	26-45 ปี	3.9664	.40415			
	46-65 ปี	4.1366	.49036			
อาชีพ	นิสิต/นักศึกษา	4.1171	.36739	4.105	.003	แตกต่าง
	ข้าราชการ	3.9719	.46443			
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.9493	.38278			

DPU

	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.1383	.40191			
	อาชีพอื่น ๆ	4.1359	.62156			
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.1094	.42546	3.693	.026	แตกต่าง
	15,001 – 30,000 บาท	3.9860	.39762			
	30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป	4.0822	.42799			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.0634	.44015	.055	.946	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.0482	.41126			
	ปริญญาโท ขึ้นไป	4.0613	.41516			

หมายเหตุ *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้วยค่าสถิติ T-test และ F-test (ANOVA) ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 4.93 และระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .946 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 อาชีพมีค่า Sig. เท่ากับ .003 รายได้มีค่า Sig. เท่ากับ .026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุอาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการโดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

อายุ	$\bar{X}$	20-25 ปี	26-45 ปี	46-65 ปี
20-25 ปี	4.1117	-	.14531*	-.02498
26-45 ปี	3.9664	-	-	-.17029
46-65 ปี	4.1366	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมี 1 คู่ที่แตกต่างกัน คือ อายุ 20-25 ปี ($\bar{X} = 4.1117$) กับ อายุ 26-45 ปี ($\bar{X} = 3.9664$) กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-25 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-45 ปี โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .14531

ตารางที่ 4.18 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับอาชีพของนักท่องเที่ยว

อาชีพ	$\bar{X}$	นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	อาชีพอื่น ๆ
นิสิต/นักศึกษา	4.1171	-	.14520	.16781*	-.02113	-.01872
ข้าราชการ	3.9719	-	-	.02261	-.16633	-.16392
พนักงานบริษัทเอกชน	3.9493	-	-	-	-.18893	-.18653
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.1383	-	-	-	-	.00241
อาชีพอื่น ๆ	4.1359	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมี 1 คู่ที่แตกต่างกัน โดยคู่แรก ได้แก่ คู่ของนิสิต/นักศึกษา ($\bar{X} = 4.1171$) กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.9719$) กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้ามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนโดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .16781

ตารางที่ 4.19 แสดงผลของการเปรียบเทียบตามสมมติฐานทางสถิติของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยการเทียบเป็นรายคู่กับลักษณะส่วนบุคคล

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.1094	-	.12339*	.02726
15,001 – 30,000 บาท	3.9860	-	-	-.09613
30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป	4.0822	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยว **กับ**ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมี 1 คู่ที่แตกต่างกัน คือ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\bar{X} = 4.1094$) กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท($\bar{X} = 3.9860$) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .12339

บทที่ 5
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

3. แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเยือนชุมชนบางกะเจ้า จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมติฐานโดยใช้ค่า T-test และ ค่า F-test (one-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลการวิจัยซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 มีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 เป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00

5.1.2 สรุปการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 โดยเดินทางมาเยือนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ห้องน้ำ จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา คือ จุดบริการแวะพักสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และป้ายบอกทาง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 ตามลำดับ ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนมากที่สุด คือ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา คือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และวัดบางน้ำผึ้งใน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 โดยมีการประกอบกิจกรรปั่นจักรยานมากที่สุด จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมา คือ ถ่ายรูป จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 และพักผ่อนในบรรยากาศที่สงบ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,000 บาทในการท่องเที่ยว จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 ซึ่งนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00

ผลการวิจัยด้านการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และการใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

การศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ การใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

5.1.3 สรุปการเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากลักษณะส่วนบุคคล

ผู้วิจัยจำแนกนักท่องเที่ยวตามลักษณะส่วนบุคคลตาม เพศ ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย เพศหญิงกลุ่มอายุ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุ 20-25 ปี กลุ่มอายุ 26-45 ปี กลุ่มอายุ 46-65 ปี กลุ่มอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มรายได้ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป กลุ่มระดับการศึกษา ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจปัจจัยผลักดันของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ เพื่อหลีกหนีความจำเจ/ ความเครียดในชีวิตประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.36 เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.35 และเพื่อต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (ไปเช้า เย็นกลับ) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22

DPU

ผลการวิจัยด้านการเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยผลักดันของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล นั้นมีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าต่างกันอยู่ 1 คู่ คือ กลุ่มที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษากับธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 ส่วนผลการวิจัยด้านการเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามลักษณะส่วนบุคคลนั้นมีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าต่างกันอยู่ 5 คู่ คือ กลุ่มที่มีอายุ 20-25 ปี กับอายุ 26-45 ปี กลุ่มที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 30,001 – 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

5.1.4 สรุปการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ จากลักษณะส่วนบุคคล

ผู้วิจัยจำแนกนักท่องเที่ยวตามลักษณะส่วนบุคคลตาม เพศ ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย เพศหญิงกลุ่มอายุ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุ 20-25 ปี กลุ่มอายุ 26-45 ปี กลุ่มอายุ 46-65 ปี กลุ่มอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ กลุ่มรายได้ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป กลุ่มระดับการศึกษา ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ขึ้นไป

ผลการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าอยู่ในระดับมาก โดยจากความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน มีเพียง 2 ด้านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.38 ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.28 และ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 4.32 การปั่นจักรยานชมรอบ ๆ ชุมชนบางกะเจ้า คิดเป็นร้อยละ 4.27 การมาซื้อของกิน ของฝาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.20

ผลการวิจัยด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่ามีความพึงพอใจ

ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าต่างกันอยู่ 3 คู่ คือ กลุ่มอายุ 20-25 ปี กับอายุ 26-45 ปี กลุ่มอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท โดยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยเดินทางมาเยือนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท โดยมีการประกอบกิจกรรมปั่นจักรยานมากที่สุด ซึ่งทางชุมชนควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เพิ่มมากขึ้น โดยเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ โดยเน้นเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความเงียบสงบ เรียบง่าย ผ่อนคลาย สบายใจ นักท่องเที่ยวสามารถจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเองได้ สำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ โดยมีความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ห้องน้ำ ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้านั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนมากที่สุด คือ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ในการท่องเที่ยว และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าต่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว การใช้งบประมาณในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า

5.2.2 ผลจากการศึกษาแรงจูงใจปัจจัยผลักดันของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดนั้นเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ ฟริญญาณี (2558) โดยผลจากการศึกษาคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกะเจ้า พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อต้องการมาพักผ่อนใกล้ชิดกับธรรมชาติเช่นกัน ซึ่งชุมชนบางกะเจ้าควรจัดให้มีกิจกรรมตาม

ความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีสภาพความเป็นธรรมชาติสูงทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพักผ่อนทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจได้เต็มที่ ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแรงจูงใจปัจจัยผลักดันให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษากับธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันแตกต่างกัน

5.2.3 ผลจากการศึกษาแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดของชุมชนบางกะเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ ผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ฮัดแมน (Hudman, 1980) กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากทั้งแรงผลัก และแรงดึงดูด ซึ่งเป็นปัจจัยหลัก โดยมีความสัมพันธ์กันคือแต่ละตัวจะเสริมกำลังให้กันและกัน ซึ่งผลจากการศึกษาที่พบว่า แรงจูงใจปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบางกะเจ้า คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นตัวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มที่มีอายุ 20-25 ปี กับอายุ 26-45 ปี กลุ่มที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ขึ้นไป มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกิติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาค้นคว้าเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.3 ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรวีวรรณ วิโรจน์วรรณ (2561) ที่ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเส้นทางการปั่นจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณพื้นที่บางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มอายุ 20-25 ปี กับอายุ 26-45 ปี กลุ่มอาชีพนิสิต/นักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของแคทรียา ปันทะนะ (2557) และงานวิจัยของเมลดา ธนิตนนท์ (2560) ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลจากการศึกษาที่พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการนั้นส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยเดินทางมาเยือนบางกะเจ้าเป็นครั้งแรก และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1.01 – 3.00 ชั่วโมง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ห้องน้ำ ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้านั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนมากที่สุด คือ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ โดยมีการประกอบกิจกรรมปั่นจักรยานมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,000 บาท ในการท่องเที่ยว และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ทั้งนี้ชุมชนบางกะเจ้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในช่องทางออนไลน์เพราะถือว่าเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญในปัจจุบัน โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุค เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเชื่อว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยว และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นถือเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2. ผลจากการศึกษาที่พบว่าแรงจูงใจผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือก

เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้าในระดับมากที่สุด คือ เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากสังคมของไทยในปัจจุบันนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจนกลายเป็นสังคมที่รีบเร่งต้องแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากสิ่งนี้ไปด้วย จึงทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากรู้สึกว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน ชุมชนบางกะเจ้าจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ในด้านภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว รมรื่น สงบ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาพักผ่อนและได้อยู่ใกล้ชิดธรรมชาติ และเพิ่มสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และมีการโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

1. ผลจากการศึกษาที่พบว่าแรงจูงใจดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า ระดับมากที่สุด คือ มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ ซึ่งจากผลการศึกษาได้สะท้อนถึงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของชาวชุมชนบางกะเจ้าในการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวเอาไว้จนเกิดเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน ซึ่งพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า ถือเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่เป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ ที่เปรียบเสมือน “ปอดของกรุงเทพฯ” เป็นแหล่งโอโซนที่ดีที่สุดในเอเชีย จนได้รับการยอกย่องให้เป็น “THE BEST URBAN OASIS OF ASIA ซึ่งถือเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวที่ควรรักษาไว้ให้คงอยู่ต่อไป โดยเพิ่มกิจกรรมปลูกต้นไม้ทดแทนหรือกิจกรรมแบบ low carbon ในพื้นที่บางกะเจ้า

2. ผลจากการศึกษาที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการนั้นอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งชุมชนบางกะเจ้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้ โดยจัดให้มีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่อย่างสม่ำเสมอในแต่ละด้านเพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นประโยชน์แก่ชุมชนบางกะเจ้า เช่น มีการประกวดการถ่ายภาพกับธรรมชาติ กับชุมชน ถือเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่ง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของจุดขายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะเจ้า เพราะจุดขายหลักในปัจจุบันคือทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน จึงควรมีการศึกษา

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ขึ้นมาใช้เป็นจุดขาย เช่น การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำให้ไม่สามารถกำหนดสัดส่วน เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเท่าๆกัน เพราะไม่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจึงไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้ว่าเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

2) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เพราะไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้จึงไม่สามารถกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างได้

DPU

บรรณานุกรม

DPU

บรรณานุกรม

กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2554). *การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบSlow Tourismในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ*

กิติยา มโนธรรมรักษา.(2559). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.*สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แคทรียา ปันทะนะ.(2557).*ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภาคพายัพเชียงใหม่.*

จักรกฤษณ์ เรืองเวช .(2550). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี).*,วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม.,3(1),67-80

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล. (2553). *การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ.*วารสาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.วิชาการ.,14(27)

จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ .(2557). *การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา*

เจนจิรา บรรจงนึก.(2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน.*วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ชลิตา เฉลิมรักชาต.(2560). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย.*ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชวัลนุช อุทยาน.(2552).*พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* เอกสารประกอบการสอนการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ชลดรงค์ ทองสง.(2557). *แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย.*วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา., 12(2)

ณัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล.(2558). *อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การรับฟังคำบอกต่อ และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวโดยทัวร์จักรยานที่คุ้งบางกะเจ้า.* ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ.(2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดน้ำในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* การค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ธรา สุขคีรี และรองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล.(2559). *ศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อด้านสภาพแวดล้อมและด้านการจัดการในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย.*วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ธณัศวัล กุลศรี.(2559).*การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์.* วารสาร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ.,9(3), 2-3.

ธีรวุฒิเอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร.(2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.*การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล.(2554). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปีจังหวัดสมุทรปราการ.* ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการการท่องเที่ยวปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พัสตร์ หิรัญญการ.(2554). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม.* ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภัทรวดี จินดารักษ์ .(2559). *การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่*

สีเขียว ตำบลบางกะเจ้าและตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารทรัพยากรป่าไม้และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาตร์

เมลดา ธนิตนนท์.(2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รวีวรรณ วิโรจน์วรรณ.(2561). *แนวทางในการพัฒนาเส้นทางการปั่นจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่บางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารปัญญาภิวัฒน์.,10(3), 96.

วิคิเนีย มายอร์.(2555). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศรินท์ทิพย์ คาวาโนเบะ.(2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน*.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ศุภโชค นาคเงิน.(2556). *การใช้ประโยชน์และการจัดการของประชาชนเพื่ออนุรักษ์พื้นที่สีเขียวบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ*.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาตร์

อมรรัตน์ ฟริญญาณี.(2558). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.*

อัศวิน แสงพิกุล.(2551). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี* . มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อัศวิน แสงพิกุล.(2552). *การวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย*.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

DPU

ภาคผนวก

DPU

แบบสอบถาม

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนสำคัญของการศึกษาวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ” ข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน ผู้วิจัยจะรวบรวมและนำไปวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ข้อมูลของท่านถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะจัดเก็บเป็นความลับ

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ขอขอบพระคุณท่านในความกรุณาและความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

นางสาวกชพรรณ คัดชาชัย
นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

DPU

ตอนที่ 1 สถานภาพโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับคุณสมบัติของท่านเพียง 1 ข้อ

1. เพศ
   - ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ
   - ☐ 1) 20-25 ปี ☐ 2) 26-35 ปี ☐ 3) 36-45
   - ☐ 4) 46-55 ปี ☐ 5) 56-65 ปี ☐ 6) 66 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ
   - ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา
   - ☐ 2) ข้าราชการ/พนักงานบริษัทเอกชน
   - ☐ 3) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน
   - ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
   - ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
   - ☐ 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2) 15,001 – 30,000 บาท
   - ☐ 3) 30,001 – 50,000 บาท ☐ 4) 50,001 บาทขึ้นไป
5. ระดับการศึกษา
   - ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี ☐ 3) ปริญญาโท หรือสูงขึ้นไป
6. สถานภาพ
   - ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หม้าย/หย่าร้าง
7. ภูมิลำเนา
   - ☐ 1) กรุงเทพมหานคร ☐ 2) ภาคกลาง
   - ☐ 3) ภาคเหนือ ☐ 4) ภาคตะวันออก
   - ☐ 5) ภาคตะวันตก ☐ 6) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
   - ☐ 7) ภาคใต้

DPU

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับคุณสมบัติของท่านเพียง 1 ข้อ

1. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

☐ 1) คนเดียว ☐ 2) ครอบครัว/ญาติพี่น้อง

☐ 3) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ 4) บริษัทนำเที่ยว

2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการกี่ครั้ง

☐ 1) ครั้งแรก ☐ 2) ครั้งที่ 2 ☐ 3) มากกว่า 2 ครั้ง

3. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการได้อย่างไร **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

☐ 1) อินเตอร์เน็ต ☐ 2) เอกสารการท่องเที่ยว

☐ 3) เพื่อน ☐ 4) โทรทัศน์

☐ 5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ☐ 6) อื่น ๆ

ระบุ.....

4. ท่านใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ นานเพียงใด

☐ 1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 2) 1.01 – 3.00 ชั่วโมง

☐ 3) 3.01 – 5.00 ชั่วโมง ☐ 4) มากกว่า 5 ชั่วโมง

5. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

☐ 1) รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2) รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์

☐ 3) รถตู้/รถเช่า ☐ 4) รถแท็กซี่

☐ 5) เรือ ☐ 6) รถจักรยาน

6. สิ่งอำนวยความสะดวกใดที่ท่านคิดว่าควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1) ที่จอดรถ ☐ 2) ป้ายบอกทาง

☐ 3) ป้ายสื่อความหมายให้ความรู้ในจุดต่าง ๆ ☐ 4) ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก

☐ 5) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ☐ 6) ถังขยะ/จุดกำจัดของเสีย

DPU

☐ 7) จุดบริการแวะพักสำหรับนักท่องเที่ยว ☐ 8) ห้องน้ำ

☐ 9) บริการอินเตอร์เน็ตสาธารณะ ☐ 10) อื่น ๆ ระบุ.....

7. ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ท่านได้ไปแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

☐ 1) สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ ☐ 2) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

☐ 3) บ้านธูปหอมสมุนไพร ☐ 4) บางกอกทรีเฮ้าส์

☐ 5) วัดบางน้ำผึ้งใน ☐ 6) พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย

8. ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ท่านทำกิจกรรมนันทนาการกิจกรรมใดบ้าง **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

☐ 1) ปั่นจักรยาน ☐ 2) พายเรือ

☐ 3) ทำผ้ามัดย้อม ☐ 4) ถ่ายรูป

☐ 5) ทำบุญ/ไหว้พระ ☐ 6) ดูนก/ส่องนก

☐ 7) พักผ่อนในบรรยากาศที่สงบ ☐ 8) ทำธูปหอมไล่ยุง

9. ท่านใช้งบประมาณเท่าไหร่ในการมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

☐ 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท ☐ 2) 1,001 – 2,000 บาท

☐ 3) 2,001 – 2,500 บาท ☐ 4) มากกว่า 2,500 บาท

10. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

☐ 1) เสาร์ – อาทิตย์ ☐ 2) วันหยุดนักขัตกฤษ์

☐ 3) วันธรรมดา

DPU

ตอนที่ 3 แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

ปัจจัยใดที่ผลักดันให้ท่านมาท่องเที่ยว		**ระดับความคิดเห็น**				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ					
2	เพื่อพาครอบครัวมาท่องเที่ยว					
3	เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติ					
4	เพื่อหลีกหนีความจำเจ/ ความเครียดในชีวิตประจำวัน					
5	เพื่อต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ					
6	เพื่อต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (ไปเช้า เย็นกลับ)					
7	เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					
ปัจจัยใดที่ดึงดูดให้ท่านมาท่องเที่ยว		**ระดับความคิดเห็น**				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	มีอากาศบริสุทธิ์เป็นธรรมชาติ					
2	ความมีชื่อเสียงของ “ชุมชนบางกะเจ้า”					
3	ความหลากหลายทางกิจกรรม					
4	ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
5	ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น					
6	ใกล้สถานที่อยู่อาศัย					
7	ความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของ “ชุมชนบางกะเจ้า”					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว						
1	ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว					
2	ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว					
3	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก						
1	มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม					
2	มีป้ายบอกเส้นทางเยี่ยมชมจุดต่าง ๆ ในชุมชนอย่างชัดเจน					
3	มีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ					
4	มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ					
ด้านคมนาคม						
1	ความสะดวกในการเข้าถึงสถานท่องเที่ยว					
2	มีเส้นทางคมนาคมในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น ทางรถยนต์ ทางน้ำ และทางรถไฟฟ้า					
3	มีรถประจำทางให้บริการภายในสถานที่ท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน					
ด้านการประชาสัมพันธ์						
1	มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย					

2	สามารถสืบค้นข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต					
ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ		**ระดับความคิดเห็น**				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3	มีคู่มือ แผ่นพับ เอกสารสิ่งพิมพ์บอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านความปลอดภัย						
1	มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ					
2	มีศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
3	มีป้ายเตือนภัยต่าง ๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
4	มีกล้องวงจรปิดใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว						
1	กิจกรรมไหว้พระ/ทำบุญ					
2	การปั่นจักรยานชมรอบ ๆ ชุมชนบางกะเจ้า					
3	การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ปลากัด					
4	การเดินเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง					
5	การทำธูปหอมไล่ยุง					
6	การทำผ้ามัดย้อม					
7	การดูนก/ส่องนก					
ด้านสินค้าและบริการ						
1	ราคาของสินค้าและบริการเหมาะสม					
2	ของฝากและของที่ระลึกมีความหลากหลาย					
3	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ					

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	กชพรรณ คัดชาชัย
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2554 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม สถาบันรัชต์ภาคย์
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	เลขานุการศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รางวัลที่เคยได้รับ	บุคลากรดีเด่นด้านสนับสนุนวิชาการ กลุ่มงานศิลปวัฒนธรรม ระดับผู้ปฏิบัติการ ประจำปี พ.ศ.2562 มหาวิทยาลัยศรีปทุม บุคลากรดีเด่น สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ประจำปี พ.ศ.2562

DPU