

แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยว
ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี

รัชตะสรณ์ จันทรวรศิษย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2564

**Travel Motivations and Travel Experiences Affecting
Thai Tourist's Satisfaction Visiting
Kanchanaburi Province**

Ratchatasorn Chandraworrasit

**A Thesis Submitted in Partial of the Requirement for the Degree
of Master of Arts Program in Tourism Management
of Tourism and Hospitality, Dhurakij Phundit University**

2021



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดกาญจนบุรี
เสนอโดย นายรัชตะสรณ์ จันทรรวิชญ์
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิกุล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทันติ ชูบชูวงศ์)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑาทันติ ชูบชูวงศ์)

วันที่ 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2564

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	รัชตะสรณ์ จันทรรวิชญ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิบูล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และ 4) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 392 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test, f-test, ANOVA, Factor Analysis และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$) โดยท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ และเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เป็นลำดับสุดท้าย สำหรับแรงจูงใจปัจจัยดึงในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) โดยความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เป็นลำดับสุดท้าย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$) โดยรู้สึกสนุกสนานจากการท่องเที่ยวและรู้สึกว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก และรู้สึกว่าได้ได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป เป็นลำดับสุดท้าย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) โดยรู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีให้คนอื่นทราบ และรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เป็นลำดับสุดท้าย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลัก แรงจูงใจปัจจัยรอง และประสบการณ์ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน โดยปัจจัยประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย



Thesis Title	Travel Motivations and Travel Experiences Affecting Thai Tourist's Satisfaction Visiting Kanchanaburi Province
Author	Ratchatasorn Chandraworrasit
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr. Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management
Academic Year	2020

ABSTRACT

The objective of this research is to 1) study the push and pull motivation factors of Thai tourists traveling to Kanchanaburi Province 2) study tourism experiences of Thai tourists in visiting Kanchanaburi Province 3) study tourist satisfaction toward Kanchanaburi tourism and 4) study the impacts of tourism experiences on tourist satisfaction.

The samples used in this research were 392 Thai tourists who traveled to Kanchanaburi Province by a convenient sampling with questionnaire survey. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test, ANOVA, factor analysis and multiple regression analysis.

The research results were found that Thai tourists are motivated with push factors for traveling to Kanchanaburi. Overall, it was at high level ($\bar{x} = 4.12$) by the factor of personal recreation with the highest mean, followed by meeting and exchanging new knowledge with other people and least important factor was strengthening the unity of family or friends. Pull factors for attracting them to Kanchanaburi, overall, it was at a high level ($\bar{x} = 4.13$) with the highest average of the tranquility and nature of the tourist attractions followed by the cleanliness of the tourist destinations. And least important factor was service facilities in tourist attractions.

Regarding tourism experience in Kanchanaburi Province, overall, it was at the highest level ($\bar{x} = 4.22$), the major experience was feeling the joy of rafting in Kanchanaburi and the value of local traditions, followed by the abundance of forests and waterfalls. And the last was the feeling of worth for the expense.

Thai tourists are satisfied to visit Kanchanaburi province. Overall, it was at the highest level ($\bar{x} = 4.27$), with the right decision to travel to Kanchanaburi was the highest score, followed

by telling others about their experiences in Kanchanaburi Province. And the last was having fun and enjoying the experience of Kanchanaburi Province.

The results of hypothesis testing showed that Thai tourists with different gender, age, education level and the average monthly income had no differences travel motivations and tourism experience to Kanchanaburi Province. The factors like activities, nature, and cultural aspects affected tourist satisfaction traveling to Kanchanaburi Province.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาชี้แนะและช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ สอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนักท่งเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้วิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบพระคุณบิดามารดา ที่สนับสนุนและ ให้กำลังใจจนงานวิจัยสำเร็จด้วยดี คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอ น้อมบูชาพระคุณบิดามารดาและบูรพาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนวิชาความรู้ และให้ความ เมตตาแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด และเป็นกำลังใจสำคัญ ที่ทำให้การศึกษาวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยดี

รัชตะสรณ์ จันทรวรศิษย์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว.....	17
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	20
2.5 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	27
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	44
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	45
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	50
4.2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยผลักและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	53
4.3 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	60
4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	66
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	67
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	80
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	85
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	96
ประวัติผู้เขียน.....	103

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดกาญจนบุรีชาวไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2561– 2562.....	2
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	53
4.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (Factor Analysis).....	54
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	56
4.5 การวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (Factor Analysis).....	57
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวยังจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	60
4.7 การวิเคราะห์องค์ประกอบประสิทธิภาพการท่องเที่ยวยังจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Factor Analysis).....	62
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวยังจังหวัดกาญจนบุรี.....	66
4.9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ.....	67
4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ.....	68
4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	68
4.12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	69
4.13 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ.....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี จำแนกตามอายุ.....	70
4.15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	71
4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ประสิทธิภาพในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี จำแนกตามเพศ.....	72
4.18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรีแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ.....	73
4.19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรีแตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
4.20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรีแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	75
4.21 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี.....	76

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 วจรแรงงูใจของมนุษย์.....	22
2.2 เชื้อนศรีนครินทร์.....	30
2.3 อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ.....	31
2.4 น้ำตกเอราวัณ.....	31
2.5 อุทยานแห่งชาติไทรโยค.....	32
2.6 ทางรถไฟสายมรณะ.....	33
2.7 สะพานข้ามแม่น้ำแคว.....	33
2.8 ช่องเขาขาด.....	34
2.9 สังขละบุรี.....	35
2.10 สะพานมอญ.....	35
2.11 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	45

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับนานาประเทศ รวมทั้งมีความพร้อมที่จะรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปัจจุบัน อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) ที่ประเทศไทยยังคงความสมบูรณ์และหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันประกอบไปด้วยป่าไม้และภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ ทะเล ชายหาด และเกาะแห่งต่าง ๆ นอกจากนี้ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทยที่งดงาม ความเป็นกันเองและมีมิตรไมตรีของผู้คน ได้กลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของประเทศไทย และส่งเสริมให้การทำธุรกิจด้านบริการของประเทศไทยมีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นที่น่าสนใจในการเข้ามาลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสถานที่ใดหรือเมืองใดที่มีความเจริญก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีและการคมนาคมก็จะทำให้สถานที่นั้นหรือเมืองนั้นได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และหากในสถานที่นั้นหรือเมืองนั้นมีความสวยงามแตกต่างไปจากที่สถานที่อื่น ๆ ก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ซึ่งในการท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา พักผ่อน ศึกษาหาความรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม หรือเยี่ยมชมญาติพี่น้อง เป็นต้น (นิคม จารุมณี, 2544 อ้างถึงใน นปภัสร ชูสุวรรณ, 2559 : 1)

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งในประเทศไทย ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นที่น่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเยือน กาญจนบุรีมีภูมิประเทศที่เป็นทั้งป่าเขา แม่น้ำ พื้นที่ราบ มีสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีอีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญหลายแห่ง มีเรื่องราวในอดีตมากมายที่น่าศึกษา มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความผสมผสานระหว่างหลาย ๆ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมากมาย ตลอดจนภาครัฐและภาคเอกชน มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของจังหวัดกาญจนบุรี

ต่างยอมรับและให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น และช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปได้รับข่าวสาร ความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือร่วมใจในการบริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรีและความพร้อมในด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วนนั้น ทำให้จังหวัดกาญจนบุรีน่าจะเป็นอันดับต้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น (วรพรรณ สงัดศรี, 2558: น.1-3) แต่เนื่องจากการสำรวจสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรีในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากข้อมูลจำนวนผู้มาเยือนในจังหวัดกาญจนบุรี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) ได้รวบรวมจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดกาญจนบุรี ปี พ.ศ. 2561 - 2562 ปรากฏดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดกาญจนบุรีชาวไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2561 – 2562

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย		ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
ปี พ.ศ. 2561	923,192	2,500.00	43,088	185.99
ปี พ.ศ. 2562	943,978	2,530.66	42,970	193.59
รวม	1,867,170	5,030.66	86,058	379.58

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562 สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย ปี 2561-2562
https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521

ดังตารางที่ 1.1 จะพบว่ามี ความแตกต่างระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติค่อนข้างมากจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาจังหวัดกาญจนบุรีนั้นเป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติในทุก ๆ ปี ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาในเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจเป็นอย่างไร ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดันด้านอะไรบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

เดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรี และเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จะมีปัจจัยใดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากแนะนำจังหวัดกาญจนบุรีให้ผู้อื่นรู้จัก ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยตระหนักดีว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจผู้ประกอบการท่องเที่ยวอันจะเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งจะช่วยทำให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างเหมาะสมจึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
- 1.2.4 เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

- 1.3.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน
- 1.3.2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน
- 1.3.3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน
- 1.3.4 ปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1.4.2 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1.4.3 ทำให้ทราบถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1.4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4.5 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.4.6 ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับใช้ประโยชน์ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแรงจูงใจหลัก หมายถึง เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และแรงจูงใจดั้ง หมายถึง ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยหรือกำลังมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในขณะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาวิจัย

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว เส้นทางรถไฟสายมรณะ และน้ำตกไทรโยค

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเริ่มดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562–สิงหาคม พ.ศ. 2563

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน และเพิ่มพูนความรู้ ทักษะที่กว้างขวาง

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนในจังหวัดกาญจนบุรี

แรงจูงใจการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีผลกระตุ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ประกอบด้วย

แรงจูงใจผลักดัน หมายถึง เป็นแรงกระตุ้นภายในทางจิตวิทยาสังคม ความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้ผู้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง

แรงจูงใจดึงดูด หมายถึง เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ประสบการณ์การท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้/การสัมผัส ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจริงจากการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีนำไปสู่ความต้องการ ความคาดหวัง จากการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำประทับใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมซ้ำอีกครั้ง และมีการบอกต่อหรือการแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ด้วยความเต็มใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติในทางที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการที่ตนไม่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น จากการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
 - 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 2.1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว
 - 2.1.4 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความหมายของการท่องเที่ยวไปตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมการเดินทาง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมอนุสาวรีย์พื้นเมือง

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

- 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

สมชาติ อุ่ออัน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่งซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้
- การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้
1. การเคลื่อนที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์ผู้ที่มีจุดหมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่แห่งนั้น
 2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วนคือ การเดินทางสู่จุดหมาย และการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น
 3. การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรม ซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก
 4. การเดินทางสู่จุดหมายนั้น เป็นการเดินทางชั่วคราว ซึ่งระยะสั้น ๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางมิได้เป็นไปเพื่อหลักแหล่ง หรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- 4.1 เป็นการเดินทางชั่วคราว
- 4.2 เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
- 4.3 ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) อธิบายว่า การท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน ประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน แต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

นิสา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการ คือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

จากคำนิยามต่าง ๆ ดังที่ได้รวบรวมมาข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมปกติ เช่น บ้าน ที่ทำงาน ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราว ทั้งภายในและระหว่างประเทศ ด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาธุรกิจ ประชุมสัมมนา หรืออื่นใด แต่ต้องไม่เป็นการได้มาซึ่งรายได้จากสถานที่ที่ไปถึงนั้น ๆ

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป
2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬาการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์
3. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้
5. อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด เทศกาลต่าง ๆ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางพักผ่อน ท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้ และเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

2.1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก The World Tourism Organization :UNWTO (1997) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย
 - การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้

ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยว อย่างไม่มีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

- การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทาง ท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

- การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจกักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำ และประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

- รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัด

ขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อการยอมรับ นับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ ท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ครอบงำผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

- รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa)

2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทาง เพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้สัจธรรม แห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่าง และงานศิลปหัตถกรรมไทยรวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่ เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดาน โต้คลื่น สกีนํ้า มวยสากล มวยไทย เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้นได้รับความประทับใจและความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีเขียวและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประทับใจในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีเขียวและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลักเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่อำนาจซื้อของลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าชิ้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางจากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวม และค่าอาหาร ระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักรวมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting/ I= Incentive/ C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่อำนาจซื้อของผู้จัดประชุม มีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจูงใจรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วม ประชุมโดยตรง

หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือ รายการเที่ยวพักค้างแรม 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหาร และบริการท่องเที่ยว

10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยว คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วัน หรือ มากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ ประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายประเภท เนื่องด้วย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจำนวนมาก เช่น

- 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์
- 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท
- 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

2.1.4 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

หากพิจารณาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัย องค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัยจึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้น ประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและผลกำไร ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

Pike Steven (2008) กล่าวถึง คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็น การผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ สิ่งสำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ

(Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว(Attraction)

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชานูน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวก

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ความงดงามของ ธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าการล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผาการดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

จากความรู้เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่นักวิชาการได้อธิบายไว้ นั้น มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

- สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions)
- สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์ จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการ ประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE)

- สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions)
- สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ เป็นต้น กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสวงหีสืบเสาะ ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น

3. การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยางลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับ นักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าเช่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น

ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว(Access) เช่น ที่เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ สภาพถนนหนทาง นอกจากนี้ การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นั้น ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกอาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อ ความหมายและระบบการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ระบบสาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

5. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ ฯลฯ 21

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว คือความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการนำแนวความคิดมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

งานพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ (2558) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 2 อย่าง คือ แรงผลัก (Push Factor) และแรงดึง (Pull Factors)

1) แรงผลัก (Push Factor) เป็นความต้องการทางกายภาพ เช่น หากต้องการให้ร่างกายได้พักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด ความต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม ความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ แรงผลัก (Push Factors) เป็นเพียง

แค่สาเหตุของความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางนั้นจะขึ้นอยู่กับสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ หรือเรียกอีกอย่างว่า แรงดึง (Pull Factors)

2) แรงดึง (Pull Factors) เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรม โปรโมชั่น เทศกาล งานสำคัญต่าง ๆ ล้วน แต่เป็นแรงดึงสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

ศุภกร เสรีรัตน์ (2544) กล่าวว่า แรงจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) เป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต หนีความวุ่นวาย ความเบื่อหน่ายจากชีวิตประจำวัน เพื่อต้องการมาท่องเที่ยว มาสัมผัสกับบรรยากาศใหม่ ๆ

1.2 การต้องการเปิดหูเปิดตา เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น หาความแปลกใหม่ในชีวิต สร้างโอกาสในการค้นหาตัวเอง

1.3 การต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียดจากการทำงาน หาความสงบให้กับตัวเอง

1.4 การต้องการสร้างความรู้สึที่ดีให้กับตนเอง สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ

1.5 การต้องการทำในสิ่งที่ท้าทาย กล้าตัดสินใจ

1.6 การต้องการผจญภัย เพื่อแสดงออกถึงความแข็งแรง ความอดทน

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นแรงจูงใจที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ได้แก่

2.1 ความสวยงามของสถานที่ ทิวทัศน์ ธรรมชาติต่าง ๆ

2.2 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในอดีต เรื่องราวสำคัญต่าง ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาชมหรือมาศึกษาประวัติศาสตร์

2.3 กิจกรรมทางด้านการศึกษาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาชมหรือมาเรียนรู้ทางด้านกีฬา

ปัจจัยที่เป็นตัวผลักดันและดึงดูดที่เป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ได้แก่

1) สิ่งจูงใจทางกายภาพ เช่น การได้ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

- 2) สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น
- 3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เช่น การเยี่ยมญาติ การทำบุญ เป็นต้น
- 4) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง เช่น การพัฒนาตัวเอง การศึกษาต่อ เป็นต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว

พฤติกรรมของบุคคลในทางจิตวิทยา มีอิทธิพลมากจากการเคยมี/ผ่านประสบการณ์นั้น ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลนั้นที่เปลี่ยนไปจะเกิดจากการเรียนรู้จากเหตุการณ์ที่ประสบมา (Bauer & Alguard, 1987) ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า (Past Experience of the Consumer) เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อหรือใช้บริการจากองค์กรต่าง ๆ ลูกค้าบางรายจะพิถีพิถันในการเลือกหรือลูกค้าบางกลุ่มจะมีความพึงใจในตราห้อยเพราะเกิดจากการเคยได้ใช้ในสินค้าหรือบริการนั้นแล้วเกิดความพึงพอใจ (เสรี วงษ์มณฑา, ม.ป.ป. อ้างใน อรุณา ไชยเศรษฐ, 2551)

สิ่งที่ผู้บริโภคได้มีการรับรู้ในปัจจุบันก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาและการคาดหวังของบุคคลก็มีพื้นฐานจากประสบการณ์ในอดีตเช่นกันการที่ผู้บริโภคจะมีการรับรู้อย่างไรในปัจจุบันก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลที่มีตัวกระตุ้นนั้นรวมทั้งการคาดหวังของผู้บริโภคด้วยดังนั้นผู้บริโภคจึงใช้เวลาไม่นานในการใช้งานหรือใช้บริการที่ใกล้เคียงกับการบริการที่ใช้อยู่ หรือบริการที่เคยใช้ก่อนหน้าทั้งนี้มีส่วนวิจัยระบุถึงผู้บริโภคที่ไม่ใช้บริการเพราะขาดความรู้ในการใช้บริการ (Sathye, 1999)

Buhalis & Law (2008) และ Volo (2010) อ้างใน Munar & Jacobsen, 2014) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ ได้หลากหลายวิธี โดยเฉพาะทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความก้าวหน้าในการให้บริการ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาทั้งจากการแบ่งปันการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเองและการโฆษณาซึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว และธุรกิจนำเที่ยวมากขึ้น และมีหลายวิธีที่จะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับผู้บริโภคได้เข้าถึงผ่านสื่อ

Hsu, Ju, Yen & Chang (2007) อ้างใน Munar & Jacobsen, 2014) กล่าวว่า การแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะแบ่งปันความรู้จากการท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ เส้นทางของการเดินทาง สถานที่พักอาศัย บรรยากาศ รูปภาพรวมถึงข้อมูลเชิงลึกที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ให้กับผู้บริโภคได้รับรู้ถึงเสน่ห์ของการท่องเที่ยว และเพื่อเป็นกระตุ้นให้เกิดความอยากที่จะไปท่องเที่ยวต่อผู้บริโภค การ

แบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยในการสร้างความรู้ สร้างแรงบันดาลใจและแรงจูงใจ
ต่อผู้บริโภค

Munar & Jacobsen (2014) ได้แบ่งแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่าน
สื่อออนไลน์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา รูปภาพ และลักษณะของการแบ่งปัน
ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีผลต่อในตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ในการแบ่งปันว่าเป็นสื่อที่ทำให้
นักท่องเที่ยว ที่สนใจจะท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้มากน้อยเพียงใด

Kwortnik and Ross (2007) ได้นิยามการตลาดเชิงประสบการณ์ไว้ว่าเป็นการรวมตัวกัน
ของคุณลักษณะที่จับต้องได้ (ความรู้สึก) และจับต้องไม่ได้ (สัญลักษณ์) และเป็นผลิตร่วมกัน
ของผู้บริโภคและนักการตลาดในการสร้างเหตุการณ์ที่น่าประทับใจ มีความหมาย และเป็นที่ยึดจำ
และยังกล่าวถึงอีกว่า ประสบการณ์สามารถเป็นคุณลักษณะที่สามารถจับต้องได้ หรือเป็น
คุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ หรือเป็นทั้งสองแบบเลยก็ได้ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้

Poulsson and Kale (2004) ได้มองเห็นมานานแล้วจึงได้นิยามประสบการณ์ของลูกค้าว่า
เป็นเหมือนการกระทำที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันสร้างสรรค์ระหว่างผู้จัดหา และผู้บริโภค
ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับคุณค่าเมื่อได้มีการเข้าไปร่วม และมีความทรงจำกับเหตุการณ์ส่วนร่วมนั้น ๆ
พวกเขากำหนดลักษณะของประสบการณ์ของลูกค้าว่าประกอบไปด้วย 5 มิติ ได้แก่ ชอบความ
แปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคลความประหลาดใจ และการมีส่วนร่วม
การตลาดเชิงประสบการณ์สามารถสร้างความจดจำ ความเกี่ยวข้องและมักจะเป็นประสบการณ์ที่มี
คุณค่า การดึงลูกค้าให้เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องผ่านประสบการณ์อาจก่อให้เกิดความรู้สึกที่ชัดเจน

Print channel (2008) นักการตลาดต้องมองผู้บริโภคว่าเป็นคนที่มีเหตุผล และความรู้สึก
ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ

Schmitt (2000) ได้แบ่งประสบการณ์ออกเป็น 5 ประเภท ที่นักการตลาดสามารถสร้าง
ให้กับลูกค้า ได้แก่ ประสบการณ์การสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์
(ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ
พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมซึ่งเป็นผลให้เกิดความ
เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง หรือวัฒนธรรม (ความเกี่ยวข้อง) เขาเชื่อว่าเป้าหมายสูงสุดของการตลาดเชิง
ประสบการณ์ก็คือ การสร้างประสบการณ์โดยรวมที่บูรณาการเอาแต่ละประเภทเข้าด้วยกันสรุปจาก

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเชิงประสบการณ์ พบว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยอย่างชัดเจน เนื่องจากการสร้างประสบการณ์ในเชิงบวก ทั้งตัวชี้วัดประสบการณ์ทางกายภาพ ประสบการณ์ทางอารมณ์ ของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์เชิงการบริการ รูปแบบอัตลักษณ์รอยยิ้มของคนไทยการเป็นเจ้าของบ้านที่ดียังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกร่วมจนกระทั่งได้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม มีความสุขจนกระทั่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ซึ่งเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ทรงประสิทธิภาพ

การสร้างประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นการจัดการประสบการณ์วิธีหนึ่ง เป็นการสร้างอารมณ์ ความรู้สึกให้กับลูกค้าโดยให้ลูกค้ารู้สึกว่า สินค้าหรือบริการนั้นมีความโดดเด่นน่าสนใจและสัมผัสได้ เป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ น่าจดจำ น่าประทับใจและมีเอกลักษณ์ ซึ่งการจัดการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Schmitt (1999) ที่สามารถสร้าง “องค์รวมแห่งประสบการณ์ (Total Experience)” ที่นำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ดีให้กับลูกค้า Schmitt ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับชุดการจัดการประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การรับสัมผัส (SENSE) คือ ส่วนประกอบหนึ่งในกลยุทธ์การจัดการประสบการณ์ ซึ่งการสัมผัสในความหมายของการตลาดเสริมสร้างประสบการณ์นี้มุ่งเน้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง การสัมผัส จับต้อง กลิ่น และรสชาติในหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความสนใจและเปิดใจรับสิ่งที่นำเสนอ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2548) อารมณ์ความรู้สึก (FEEL) คือ การจัดการที่มุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ในด้านความรู้สึก และอารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างทัศนคติด้านบวก และความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจ เมื่อได้ใช้บริการ เกิดความประทับใจและเผยแพร่กันไปแบบปากต่อปากสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และนักท่องเที่ยวเดิมกลับมาใช้บริการซ้ำ การคิด (THINK) คือ การสร้างท่องเที่ยวประสบการณ์ เพื่อสร้างความคิดให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการหาความรู้และคำตอบ สามารถใช้การนำเสนอกลุ่มสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในสินค้า บริการ และองค์ประกอบการกระทำ (ACT) คือ การส่งเสริมประสบการณ์การบริโภคสินค้าและการบริการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การอ้างอิงและการสื่อสารผ่านบุคคลที่เป็นแบบอย่างและเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น นักแสดง นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ เป็นต้น อาจใช้เป็นหลักการเหตุผลแรงจูงใจที่ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนวิถีชีวิตและพฤติกรรม การบริโภคใหม่ได้ การเชื่อมโยง (RELATE) คือ การสร้างความสัมพันธ์จากองค์ประกอบของ

ประสบการณ์ 4 ด้าน คือ การรับสัมผัส อารมณ์ความรู้สึก การคิด และการกระทำ โดยนำประสบการณ์เฉพาะด้านในแต่ละส่วนมาผสมเกี่ยวโยงกัน จนทำให้ประสบการณ์เฉพาะบุคคลขยายผลสู่กลุ่มคนในระดับต่าง ๆ

ประสบการณ์ แบ่งได้ 2 แบบ คือ 1) Positive Experience (ประสบการณ์บวก) ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่เป็นที่พอใจ ก่อให้เกิดความประทับใจ และ 2) Negative Experience (ประสบการณ์ลบ) ได้แก่ เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่ไม่เป็นที่น่าพอใจไม่ว่าจะเป็นการบริการ การปฏิบัติตนของเจ้าของสถานที่ หรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ (ชินจิตต์ แจ้เจนกิจ, 2549 :79-89)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อุทัย พรรณสุใจ (2545) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ชอบยินดีเต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทั้ง ด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคลอื่น เนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปได้ในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้น เป็นไปในทางลบหรือบวก

ราชบัณฑิตสถาน (2546) ได้กล่าวถึง ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ดังนี้ คำว่า “พึง” เป็นคำกริยาอื่น หมายความว่า ขอมตาม เช่น พึงใจ และคำว่า “พอใจ” หมายถึง สมชอบชอบใจ

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งที่ดีควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีก รูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

Applewhite (1965) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไปถึงความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไปถึงความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วย การมีความสุขที่ทำงานร่วมกับคนอื่นที่เข้ากันได้มีทัศนคติที่ดีต่องานด้วย

Good (1973) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพหรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจ และเจตคติของบุคคลที่มีต่องาน

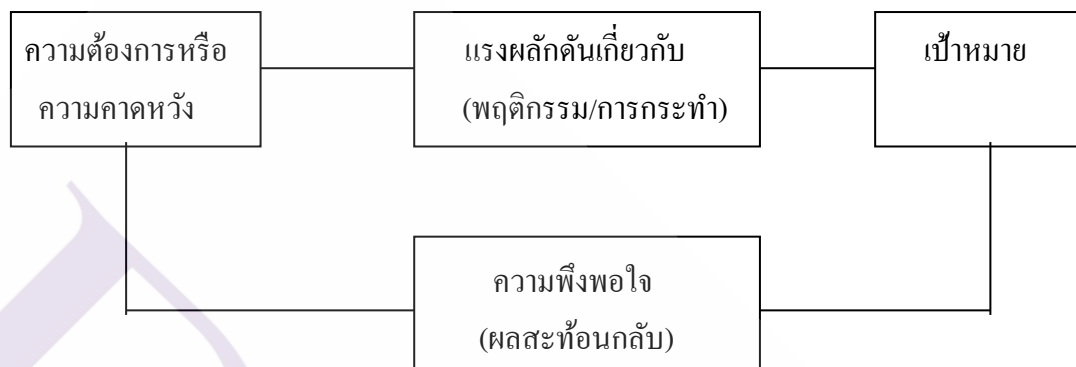
ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (wants) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman อ้างในมนต์ชัย แก้วหลวง, 2543: 7) ในทำนองเดียวกัน Porter and Lawler อ้างในมนต์ชัย แก้วหลวง (2543: 7) นิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง แนวคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่ง เป็นสภาวะรับรู้ภายในซึ่งเกิดจากความคาดหวัง ถ้าได้รับตามที่คาดหวังความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าได้น้อยกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ส่วน ชูชีพ อ่อน โคนสูง อ้างใน ทวีป ยอดเสรี (2538: 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นเหตุการณ์ บุคคล วัตถุประสงค์ของหรือสถานที่ โดยตอบสนองในรูปที่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องมีประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับ สมเกียรติ ฉายไธสง (2539: 6) ที่กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดสามารถใช้ทดแทนกันได้ เพราะสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ๆ ทัศนคติทางบวก จะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจ ในทำนองเดียวกัน อนุศักดิ์ จันทร์มา (2537: 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง ทัศนคติที่เป็นคุณภาพรวมยอดของความรู้สึกพอใจและไม่พอใจที่ผ่านมา ทัศนคติที่แสดงออกให้ทราบว่าเขามีความพอใจหรือไม่ โดยประเมินดูงานและผู้ปฏิบัติงาน

มณีวรรณ ต้นไทย (2553: 66) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ

- 1 ด้านความสะดวกที่ได้รับ
- 2 ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- 3 ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
- 4 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
- 5 ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2550: 42) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจในการรับบริการหรือการตอบสนองที่ตรงกับความต้องการของประชาชน ประชาชนจะมีความพึงพอใจอย่างมากเมื่อสิ่งที่ตนคาดหวังได้รับการตอบสนองในระยะเวลาที่เหมาะสม แต่ถ้าหากการตอบสนองนั้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือตามจุดมุ่งหมายและในระยะเวลาที่ไม่เหมาะสม ก็จะทำให้ความพึงพอใจน้อยตามลำดับ และระดับความพึงพอใจยังสามารถที่จะวัดประสิทธิภาพของการบริการได้

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความหมายของความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี หรือในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น



ภาพที่ 2.1 วงจรแรงจูงใจของมนุษย์

ที่มา : พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, 2545: น.74

การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจ เป็นการวัดความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะหนึ่งลักษณะใด (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2558: 153) และความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ นั่นก็คือ เป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรง ต้องสันนิษฐานจากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกต่อผู้คนหรือเหตุการณ์ที่เป็นเป้าหมายซึ่งมี 5 ลักษณะ ดังนี้ (สงวนศรี วิรัชชัย, 2557: 64)

1. มาตรการวัดเจตคติของเทอร์สโตน (Thurstone's qual-appearing interval scale)

เทอร์สโตน ได้เสนอให้รวบรวมข้อความที่แสดงเจตคติต่อที่หมายให้ได้จำนวนมากกว่า 100 ข้อความ โดยให้มีทั้งข้อความที่เป็นนิมิตอย่างมาก ข้อความที่เป็นนิมิตไม่มากนัก ข้อความที่เป็นกลาง ๆ ข้อความที่เป็นนิเสธไม่มากและข้อความที่เป็นนิเสธอย่างมาก แล้วนำข้อความทั้งหมดไปให้คนกลุ่มใหญ่ตัดสินแบ่งข้อความออกเป็น 11 กลุ่มตามปริมาณความเข้มของความรู้สึกที่มีอยู่ในแต่ละข้อความ โดยผู้ตัดสินใจต้องตัดสินอย่างเป็นปรนัย ไม่นำเจตคติที่ตนมีต่อที่หมายนั้นมาเกี่ยวข้องกับการพิจารณาแบ่งประเภทหรือแบ่งกลุ่มของข้อความ เมื่อได้ข้อความ 11 กลุ่ม ที่มีความเข้มของเจตคติต่าง ๆ กันแล้ว ก็เลือกแต่เฉพาะข้อความที่ผู้ตัดสินส่วนมากเป็นพ้องกันนำมาทำเป็นแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบระบุว่าเห็นด้วยกับข้อความใด และไม่เห็นด้วยกับข้อความใด

2. มาตรการวัดของลิเคิร์ต (Likert's summated rating scale)

เป็นการจัดให้มีข้อความที่แสดงเจตคติในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง (ข้อความหนึ่ง ๆ จะแสดงทิศทางของเจตคติเพียงทิศทางเดียว คือ นิมาน หรือนิเสธ) แล้วให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นหรือตอบว่า เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย กับข้อความนั้น ๆ มากน้อยเพียงใด คำตอบของแต่ละข้อความจะมีให้เลือกตอบ 5 ช่วง ตั้งแต่ เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย เฉย ๆ หรือยังไม่ได้ตัดสินใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก

มาตรการวัดเจตคติแบบนี้นิยมใช้กันมาก เพราะสร้างได้ง่ายกว่าแบบของเซอร์สโตน และในระยะหลัง ๆ ก็มีการดัดแปลงไปบ้าง เช่น ตัดคำตอบที่เป็นกลาง (ยังไม่ได้ตัดสินใจ) ออกไป ด้วยเหตุผลที่ว่า ผู้ตอบที่ไม่แน่ใจในการประเมินของตน หรือผู้ที่ไม่ต้องการแสดงความคิด ความรู้สึกที่แท้จริงมักจะเลือกคำตอบนี้ และในบางครั้งก็มีการเพิ่มช่วงคำตอบเป็น 6-7 หรือ 8-9 ช่วง แล้วแต่จุดประสงค์ของการวัด

3. มาตรการจำแนกลักษณะ (semantic differential scale)

ออสกู๊ด ซัคซี และแทนเนนเบาว์ม (Osgood, Suci and Tannenbaum) เสนอการวัดเจตคติโดยให้ผู้ตอบประเมินคุณสมบัติที่อาจจะมีได้ในทางตรงข้ามกัน เช่น ดี-เลว อ่อนแอ-เข้มแข็ง เกียจคร้าน-ขยัน สุภาพ-หยาบคาย ฯลฯ ของบุคคล

4. มาตรการวัดระยะทางสังคม (social distance scale/unidimensional scale)

มาตรการวัดระยะทางสังคมคือ การวัดเจตคติต่อผู้คนที่จัดให้มีข้อความแสดงถึงความสัมพันธ์และความรู้สึกของบุคคลที่จะมีต่อผู้เป็นที่หมายของเจตคติ 7 ข้อความ แต่ละข้อความจะบ่งบอกความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับต่าง ๆ กัน ตั้งแต่ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันมาก ซึ่งแสดงถึงการมีเจตคตินิมาน ไปจนถึงความสัมพันธ์ในทางลบ ซึ่งแสดงถึงการมีเจตคตินิเสธ แล้วให้ผู้ตอบเลือกตอบว่า ต้องการจะมีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายของเจตคติในระดับใด จาก 7 ระดับต่อไปนี้ คือ ยอมรับถึงขั้นแต่งงาน ยอมรับเป็นเพื่อนสนิท ยอมรับเป็นเพื่อนบ้าน ยอมรับเป็นเพื่อนร่วมอาชีพ ยอมรับเป็นพลเมืองของประเทศ ยอมรับในฐานะเป็นผู้มาเยือนของประเทศ และไม่ยอมรับให้เข้ามาในประเทศ มาตรการนี้เสนอโดย โบการ์ดัส (Bogardus)

5. มาตรการวัดเจตคติของกัทท์แมน (Guttman)

มาตรการวัดเจตคติของกัทท์แมนคือ การจัดให้มีข้อความชุดหนึ่ง ซึ่งแต่ละข้อความจะแสดงเจตคติในทิศทางเดียวกัน แต่มีความเข้มข้นหรือปริมาณของความรู้สึกแตกต่างกัน ข้อความชุดนี้จะจัดเรียงลำดับความเข้มข้นของเจตคติที่มีอยู่ในแต่ละข้อความไว้ แล้วให้ผู้ตอบเลือกตอบด้วยข้อความใดข้อความหนึ่ง โดยถือว่าคำตอบหรือข้อความที่ผู้ตอบเลือกจะเป็นการยืนยันคำตอบหรือข้อความที่แสดงความเข้มในระดับรองลงไปด้วย เช่น ถ้ามีข้อความที่คล้าย ๆ กับมาตรการวัดระยะทาง

สังคม คือ การยอมรับเป็นพลเมืองของประเทศ รวม 5 ข้อความ ซึ่งแสดงถึงเจตคตินิมิตในระดับความเข้มต่าง ๆ กัน ตั้งแต่มากไปหาน้อย ถ้าผู้ตอบเลือกตอบว่าเป็นเพื่อนสนิท ก็จะสรุปว่า ผู้ตอบยืนยันไปจนถึงการยอมรับเป็นเพื่อนบ้าน ยอมรับเป็นเพื่อนร่วมงานและยอมรับเป็นพลเมืองของประเทศด้วย ปัจจุบันมาตรวัดแบบนี้ไม่ได้รับความนิยม เพราะพบมีสภาพความเป็นจริงที่ขัดกับหลักการของมาตรวัดนี้ คือ พบว่าที่เรายอมรับคนคนหนึ่งเป็นเพื่อนสนิทนั้น ไม่ได้หมายความว่าเราจะยอมรับเขาเป็นเพื่อนบ้านและเพื่อนร่วมงานด้วย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

1. ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

1.1 อายุ

ทวีป ยอดเสรี (2558: 12) กล่าวว่า อายุ นั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้คนเรามีความแตกต่างกัน คนที่มีอายุต่างกันจะมีความรู้ ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ปัญหา ความจำ บุคลิกภาพและวุฒิภาวะทางด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป บุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันไปในแต่ละองค์ประกอบของงาน อายุของบุคคลมีทั้งส่วนสัมพันธ์และไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

โยธิน ศันสนยุทธ อ่างใน อนันต์ ปัญญาวิวัฒน์ (2554: 13) กล่าวว่า คนที่มีอายุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจต่องานมากขึ้น เพราะมีการปรับตัวได้ดีกว่าคนอายุน้อย ส่วนคนที่อายุน้อยมีความคาดหวังต่อการได้รับผลตอบแทนสูง เมื่อทำงานแรก ๆ จะไม่ค่อยพึงพอใจ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของวัลยา บุตรดี (2553: 20) ที่กล่าวว่า อายุไม่มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบของปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยกระตุ้น อายุไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และอาชีพ

1.2 เพศ

สุธี ชิวหากาญจน์ (2558: 17) กล่าวว่า คนส่วนใหญ่ยอมรับว่าพฤติกรรมของคนจะแตกต่างกันระหว่างเพศ ซึ่งลักษณะของผู้ชายส่วนใหญ่มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง มีโครงสร้างของร่างกายที่แข็งแรงมากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้หญิงนั้นจะเชื่อฟังง่าย มีความรับผิดชอบ ความละเอียดอ่อนในการฝีมือมากกว่าผู้ชาย

1.3 วุฒิกการศึกษา

สนธิ ชชสิทธิ์ อ่างใน สุธี ชิวหากาญจน์ (2558: 18) กล่าวว่า วุฒิกการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความพึงพอใจ แต่จะแตกต่างกันทางด้านองค์ประกอบของงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิรพรต หุ่นเจริญ อ่างใน สุธี ชิวหากาญจน์ (2558: 18) ที่กล่าวว่า วุฒิกการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันในองค์ประกอบของงาน

รัชนี้ เศรษฐวิธ (2548: 143) ได้กล่าวว่า การศึกษาเป็นกรรมวิธี หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้ในชีวิต อันจะทำให้บุคคลพัฒนาความสามารถ เจตคติ ค่านิยม หรือคุณธรรม และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ กลายเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

2. ปัจจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

2.1 รายได้

อนก สิทธิเสรีชน อ่างใน ทวีวัฒน์ แสงสว่าง (2554: 13) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นสิ่งที่จูงใจในการผลิตของเกษตรกร คือ ระดับราคาและรายได้จากการผลิตพืชผลในขณะที่ไพฑูรย์ เครือแก้ว อ่างในทวีป ยอดเสริม (2558: 13 -15) ได้สรุปไว้ คนชนบทมีความต้องการที่จะมีความเป็นอยู่ และ โอกาสในการหารายได้ที่ดียิ่งขึ้น รายได้ของคนในชนบท ซึ่งมีความแตกต่างที่แตกต่างกัน มีความสำคัญทางบวกกับราคาที่เกษตรกรได้รับในแต่ละคน ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าชาวชนบทที่มีรายได้แตกต่างกันย่อมมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

2.2 อาชีพ

สุภางค์ จันทวานิช (2554: 1) กล่าวว่า ความแตกต่างในสถานภาพและบทบาทของบุคคลที่ปรากฏแตกต่างกันไปในแต่ละสังคมขึ้นอยู่กับเกณฑ์ หรือวิธีการในการจัดลำดับช่วงชั้นสถานภาพที่มีอยู่ อาชีพถือเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุด และอาชีพคือตัวแปรที่แทรกกลางอยู่ระหว่างการศึกษากับรายได้

3. ปัจจัยเกี่ยวกับสังคม

3.1 การรับรู้ข่าวสาร

ปัญญา หิรัญศรีมี อ่างใน ปรีชาชาติ อำนวยโยธิน (2558: 13) กล่าวว่า เกษตรกรที่อยู่ใกล้ตัวเมืองและมีสื่อวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง มีโอกาสได้อ่านหนังสือพิมพ์ จะตัดสินใจรับวิทยาการใหม่ ๆ ได้ดีกว่าเกษตรกรที่อยู่ห่างไกล หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรเลย

3.2 การมีส่วนร่วม

วิชัย มะลิซ้อน อ่างใน สุเทพ พานิชพันธุ์ (2551: 21) ได้นิยามความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาว่า เป็นการที่ประชาชนเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยการใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรบางอย่างส่วนตนในกิจกรรม ซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาของชุมชนและองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมไว้ 2 ประการ คือ 1) มีประชาชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพัฒนา 2) ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามส่วนตัว เช่น ความคิด ความรู้ ความสามารถ แรงงาน หรือทรัพยากรบางอย่าง เช่น เงินทุน วัสดุ ในกิจกรรมการพัฒนา และยังได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ (mental and emotional

involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (group situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าว เป็นเหตุเข้าให้กระทำ (contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้นกับทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากร แบบแผนการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคมในการมีส่วนร่วม ประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองเป็นตัวของตัวเอง นอกจากนี้ยังเสนอว่า การพัฒนาโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะต้องยึดแนวทางปฏิบัติ 3 ประการ คือ

1. ต้องถือว่าชาวบ้านเป็นตัวหลักในการแก้ปัญหา องค์กรภายนอกเป็นเพียงตัวกระตุ้นส่งเสริมและสนับสนุนเท่านั้น

2. กิจกรรมการพัฒนาต้องเริ่มจากพื้นฐานชุมชน กล่าวคือ วิถีชีวิตที่ดำรงอยู่ในชุมชนทั้งในอดีตและปัจจุบัน การยึดเยียดกิจกรรมการพัฒนาซึ่งกำหนดตามกรอบความคิดของคนภายนอก นอกจากจะไม่นำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงแล้ว ยังเป็นการทำลายศักยภาพการแก้ปัญหาของชุมชน สร้างลักษณะขาดความมั่นใจในตนเอง และเป็นการที่พึ่งพาพึ่งภายนอก

3. ปัญหาบางอย่างระดับการรับรู้ของชุมชนอาจมีข้อจำกัด การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงครอบคลุมถึงการกระจายและสื่อสารข้อมูลข่าวสารเพื่อการพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางด้านรับรู้ของประชาชน

ส่วนไพร์ตัน เคเซอร์นทร์ อังใน สุเทพ พานิชพันธุ์ (2551: 23) ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ดังนี้

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหา และสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมถึงตลอดจนความต้องการของชุมชน

2. ร่วมคิดหา และสร้างรูปแบบ และวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน

3. ร่วมวางนโยบาย หรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรม เพื่อขจัดและแก้ไข ปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน

- การร่วมตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
- ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
- ร่วมลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเอง
- ร่วมปฏิบัติตามนโยบายแผนงาน โครงการ และกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมาย

- ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษา โครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้โดยเอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

2.5 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

2.5.1 ข้อมูลทั่วไป

กาญจนบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็น ป่าเขาลำเนาไพร ถ้ำหรือน้ำตก

กาญจนบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,473 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่ามีทั้งป่าโปร่ง และป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่ และแม่น้ำแควน้อย ซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง ที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา

2.5.2 ประวัติและความเป็นมา

พื้นที่กว้างใหญ่ ซึ่งเป็นที่ตั้ง จ.กาญจนบุรี ในปัจจุบัน มีประวัติความเป็นมา ที่ต่อเนื่องและยาวนาน ประวัติ หน้าที่สุดท้ายของกาญจนบุรี ย้อนกลับไปเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์หน้าแรกได้อย่างบังเอิญ เมื่อเชลยศึก ที่ถูกเกณฑ์ มาสร้างทางรถไฟคนหนึ่ง ค้นพบเครื่องมือหิน ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ ระหว่างการก่อสร้างทางรถไฟ บริเวณ สถานีบ้านเก่า ต.จระเข้เผือก อ.เมือง ทำให้เกิดการขุดค้นทางโบราณคดี และสามารถ ค้นพบหลักฐานของ มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์จำนวนมาก แม้จนถึงปัจจุบันยังขุดพบอยู่

ในสมัยทวารวดี ซึ่งอยู่ในสมัยประวัติศาสตร์ของประเทศไทย พบซากโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ที่ ต.ปรังเผล อ.สังขละบุรี (ปัจจุบันเป็นพื้นที่อ่างเก็บน้ำเขื่อนเขาแหลม) ซึ่งเป็นเจดีย์ ลักษณะเดียวกับจุลประโทนเจดีย์ จ.นครปฐม เจดีย์ที่บ้านคูบัว จ.ราชบุรี และที่เมืองอู่ทอง จ.สุพรรณบุรี นอกจากนี้ ยังพบฐานเจดีย์ และพระพิมพ์สมัยทวารวดี จำนวนมาก ที่บ้านท่าหวีริมแม่น้ำแควใหญ่ ต.ลาดหญ้า อ.เมือง อีกด้วย แสดงว่าในสมัยนั้น พื้นที่ ริมแม่น้ำหลายแห่งซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมสำคัญมีชุมชนหรือเมืองโบราณ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับชุมชน โบราณใกล้เคียงกัน

ในสมัยพุทธศตวรรษที่ 16-18 ขอม ได้แผ่อิทธิพลเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งพบหลักฐานสำคัญ คือ ปราสาทเมืองสิงห์ ซึ่งมีลักษณะเป็นศิลปะขอมสมัยบายณะ มีอายุในช่วงสมัย พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในพุทธศตวรรษที่ 18 นอกจากนี้ ยังพบหลักฐานที่เป็นศิลปะขอมสมัยเดียวกัน ที่เมืองครุฑ และเมืองกลอนโค อ.ไทรโยค

ในสมัยสุโขทัย พบหลักฐานในพงสาวดารเห็นว่า กาญจนบุรีตกเป็นเมืองขึ้นของสุพรรณบุรี ตามที่กล่าวได้ว่าพญาองได้มาครองเมืองกาญจนบุรี แต่ก็ไม่มีหลักฐานอื่นมาสนับสนุน ต่อมาในสมัยอยุธยา กาญจนบุรีมีฐานะเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญ โดยตัวเมืองตั้งอยู่ที่บ้านท่าเสา ต.ลาดหญ้า ไกล่เขาชนไก่ และยังปรากฏหลักฐานเป็นซากโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ดังที่เห็นในปัจจุบัน

กาญจนบุรี ยังคงเป็นเมืองหน้าด่าน สืบเนื่องมาจนถึงสมัยกรุงธนบุรีและรัตนโกสินทร์ โดยในสมัยรัชกาลที่ 1 พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมืองกาญจนบุรีมาตั้งใหม่ที่บ้านปากแพรก เพื่อมาตั้งรับทัพพม่าที่เดินทัพลงมาตามลำน้ำแม่กลองเพื่อเข้าตีกรุงเทพฯ ได้มีการสร้างกำแพงล้อมรอบเมืองอย่างมั่นคงในสมัยรัชกาลที่ 3 และให้มีเจ้าเมืองคือ พระประสิทธิสงคราม นอกจากนี้ ยังตั้งหัวเมืองเล็ก ๆ ตามรายทาง เป็นหน้าด่านอีกเจ็ดแห่ง

สมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อมีการจัดรูปแบบการปกครองประเทศใหม่ เป็นมณฑลเทศาภิบาล เมืองกาญจนบุรี ถูกโอนมาขึ้นกับมณฑลราชบุรี และแบ่งการปกครองเป็นสามอำเภอ คือ อ.เมือง อ.เหนือ (ปัจจุบัน คือ อ.ท่าม่วง) และ อ.ใต้ (ปัจจุบัน คือ อ.พนมทวน) และต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2467 ได้ตั้งอำเภอเพิ่มอีกสองแห่ง คือ อ.ท่ามะกา และ อ.ทองผาภูมิ กับ กิ่ง อ.สังขละบุรี

ในช่วงสงครามมหาเอเชียบูรพา ญี่ปุ่นตัดสินใจสร้างทางรถไฟสาย ไทย - พม่า เชื่อมจากสถานีหนองปลาตุก จ.ราชบุรี ผ่านกาญจนบุรีเลาะริมแม่น้ำแควน้อยไปเชื่อมกับทางรถไฟที่สร้างมาจากพม่าที่ด่านเจดีย์สามองค์ เป็นทางรถไฟที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก และมีผู้คนจำนวนมาก เดินทางมาเยี่ยมชมเพื่อคารวะต่อดวงวิญญาณผู้เสียชีวิต และรำลึกถึงความโหดร้ายทารุณของสงคราม

2.5.3 การเดินทาง

ทางรถยนต์ ไปตามถนนเพชรเกษมหรือไปตามถนนบรมราชชนนี ผ่านนครชัยศรี นครปฐม บ้านโป่ง ท่ามะกา ท่าม่วง ถึงจังหวัดกาญจนบุรี รวมระยะทาง 129 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่ง หรือใช้ทางพิเศษเฉลิมมหานคร

รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ รถปรับอากาศชั้นหนึ่ง (วิ่งสายใหม่เส้นถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี) ออกทุก 20 นาที ตั้งแต่เวลา 05.00-22.30 น. รถปรับอากาศชั้นสองออกทุก 20 นาที มีบริการ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายเก่า (ถนนเพชรเกษม-อ้อมใหญ่-

นครชัยศรี) และเส้นทางสายใหม่ (ถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี) ตั้งแต่เวลา 05.10-21.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง

รถไฟ ออกจากสถานีรถไฟบางกอกน้อย วันละ 2 เที่ยว เวลา 07.40 น. และ 13.50 น. แวะจอดที่สถานีกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว ท่ากีเลน สถานีน้ำตก ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง ครึ่ง วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีรถไฟเที่ยวพิเศษ นำเที่ยวไปกลับภายในวันเดียว

การเดินทางภายในจังหวัด สถานีขนส่งกาญจนบุรี ถ.แสงชูโต มีบริการรถโดยสาร ภายในจังหวัดที่ค่อนข้างสะดวก มีรถโดยสารไปยังอำเภอต่าง ๆ เช่น อำเภอบ่อพลอย อำเภอหนองปรือ อำเภอบางแพ และอำเภอสังขละบุรี หรือเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกเขาพัง น้ำตกไทรโยคใหญ่

ระยะทางไปจังหวัดใกล้เคียง จากสถานีขนส่งกาญจนบุรี มีบริการรถโดยสารไปยังจังหวัดราชบุรี สุพรรณบุรี และนครปฐม

2.5.4 เทศกาล งานประเพณี

รำเหย้ย เทศกาลตรุษสงกรานต์ ปีใหม่ เป็นการละเล่นพื้นเมืองของชาวกาญจนบุรี มาแต่บรรพกาลราว ๆ 500 ปีเศษมาแล้ว จะเล่นกันในเทศกาลตรุษสงกรานต์ ปีใหม่ เป็นต้น วิธีการเล่น คือ ฝ่ายชายฝ่ายหญิงยืนล้อมวงกัน มีการร้องนำ ร้องแก้ และลูกคู่ ร้องรับพร้อมปรบมือเป็นจังหวะ ขณะร้องแก้ันฝ่ายชายและฝ่ายหญิง จะออกมาร่ายรำที่ละคู่เปลี่ยนกันไป มีกลองยาวหนึ่งวง การแต่งกาย ชายนุ่งโจงกระเบน ใส่เสื้อคอกลมผ้าขาวม้าพาดไหล่ หญิงแต่งชุดไทยห่มสไบเฉียง ปัจจุบันนิยมเล่นกันในเขตท้องที่อำเภอพนมทวนเท่านั้น

งานเทศกาลชาวเรือชาวแพ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนที่บริเวณถนนสองแคว ริมแม่น้ำหน้าเมืองกาญจนบุรี ภายในงานมีกิจกรรมการละเล่นพื้นบ้าน การแสดงมหรสพลูกทุ่ง นิทรรศการทางวิชาการ เกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง และการแข่งขันกีฬาทางน้ำประเภทต่าง ๆ อาทิ เรือยาว เรือเร็ว เจ็ตสกี เป็นต้น

งานวันอาบน้ำแร่แช่น้ำตก ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน บริเวณพุร้อนหินดาด หมู่ 5 ตำบลหินดาด อำเภอบางแพ ภายในงานมีกิจกรรมออกร้านผลิตผล และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร นิทรรศการการท่องเที่ยวของอำเภอบางแพ นักท่องเที่ยวจะได้อาบน้ำแร่ที่พุร้อนหินดาด และเที่ยวชมความงามของน้ำตกผาดาด

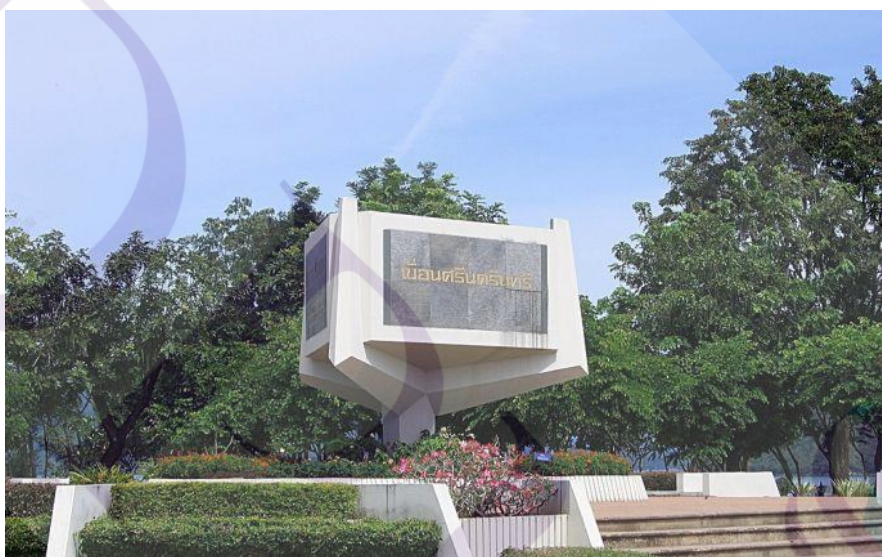
งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว ปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม บริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว เพื่อรำลึกถึงความสำคัญของการสร้างทางรถไฟสายมรณะและสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการแสดงนิทรรศการทาง

ประวัติศาสตร์และโบราณคดี การแสดงพื้นบ้าน การออกร้านจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ กิจกรรมบันเทิง และการแสดงแสงและเสียง

2.5.5 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดกาญจนบุรี

เขื่อนศรีนครินทร์

“เขื่อนศรีนครินทร์” เป็นเขื่อนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานชื่อเขื่อนตามพระนามาภิไธยของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เริ่มก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2516 แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2523 รอบเขื่อนมีที่พักมากมายให้บริการและรายล้อมไปด้วยทั้งร้านอาหารและกิจกรรมทางน้ำต่าง ๆ ให้เพลิดเพลิน



ภาพที่ 2.2 เขื่อนศรีนครินทร์

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ

แหล่งอุดมด้วยพืชพรรณและสัตว์ป่านานาชนิด นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ บรรยากาศรายล้อมด้วยทิวเขาและแมกไม้ ช่วยให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยความร่มรื่น ภายในอุทยานแห่งชาติทองผาภูมิแบ่งออกเป็นหลายโซนด้วยกัน ตั้งแต่โซนเขาช้างเผือก จุดชมทะเลหมอก น้ำตกจ๊อกกระดั้น คอยต่องปะแล บึงน้ำทิพย์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 อุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

น้ำตกเอราวัณ

“น้ำตกเอราวัณ” น้ำตกที่มีน้ำตลอดแม้ในช่วงหน้าแล้ง ระยะทางของน้ำยาวประมาณ 1,500 เมตร มีถึง 7 ชั้น แต่ละชั้นก็มีความงดงามแตกต่างกันไป บริเวณน้ำตกเป็นภูเขาหินปูนที่เกิดจากซากสัตว์ใต้ทะเลทับถมกัน จึงเกิดเป็นสารละลายแคลเซียมคาร์บอเนตตกตะกอนอยู่ใต้ผิวน้ำ เมื่อแสงส่องจึงเกิดประกายสะท้อนเป็นสีฟ้าอมเขียวสวยงาม

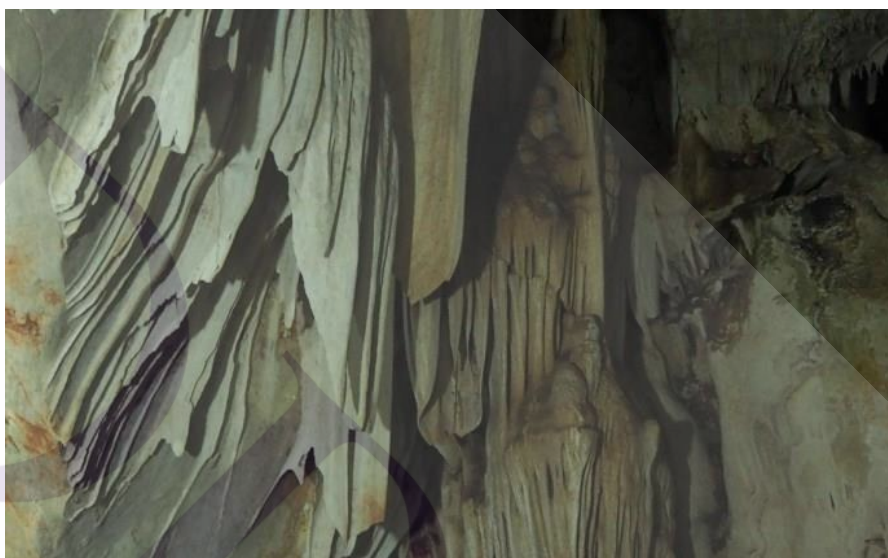


ภาพที่ 2.4 น้ำตกเอราวัณ

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

อุทยานแห่งชาติไทรโยค

ได้รับประกาศเป็นอุทยานเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม ปี พ.ศ. 2523 ส่วนใหญ่ประกอบด้วย ป่าเบญจพรรณและป่าดิบแล้ง มีเนื้อที่ครอบคลุมถึง 598,750 ไร่ ปัจจุบันการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติไทรโยคนั้นแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ด้วยกัน คือ ส่วนถ้ำและส่วนน้ำตก ส่วนถ้ำมีทั้งหมด 3 แห่งด้วยกัน คือ ถ้ำแก้ว ถ้ำละว้า และถ้ำดาวดิงส์



ภาพที่ 2.5 อุทยานแห่งชาติไทรโยค

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

ทางรถไฟสายมรณะ

บนหน้าผาสูงชันริมลำน้ำแควน้อยมีรางรถไฟทอดยาวเส้นหนึ่ง รู้จักในนาม “ทางรถไฟสายมรณะ” ได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันซีนไทยแลนด์ เพราะทิวทัศน์อันสวยงาม นักท่องเที่ยวที่นั่งรถไฟผ่านเส้นทางสายนี้จะได้ชมวิวเลียบลำน้ำแควน้อย ห้อมล้อมด้วยภูเขาและต้นไม้สีเขียว นักท่องเที่ยวสามารถแวะลงที่สถานีรถไฟถ้ำกระแซที่อยู่ใกล้กันได้



ภาพที่ 2.6 ทางรถไฟสายมรณะ

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

สะพานข้ามแม่น้ำแคว

สะพานข้ามแม่น้ำแควตั้งอยู่ในตำบลท่ามะขาม จังหวัดกาญจนบุรี มีรางรถไฟและเรื่องราวของเชลยศึกที่ถูกเกณฑ์มาสร้างรางเหล็ก จนมีคำกล่าวที่ว่า “1 ไม่ห่มอนเท่ากับ 1 ชีวิตของเชลยศึก” ในปัจจุบันสะพานข้ามแม่น้ำแควเปรียบเหมือนอนุสรณ์สถานสำคัญของประเทศไทยชวนให้ระลึกถึงเหตุการณ์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2



ภาพที่ 2.7 สะพานข้ามแม่น้ำแคว

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

ช่องเขาขาด

“ช่องเขาขาด” หรือช่องไฟนรกอันเป็นช่วงที่แคบที่สุดของทางรถไฟ เพราะเป็นบริเวณที่เกิดจากการสกัดออกด้วยมือของเหล่าเชลยศึกสมัยนั้น ปัจจุบันบริเวณดังกล่าวอยู่ในความดูแลของพิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาดที่เกิดจากความร่วมมือของรัฐบาลไทยและออสเตรเลีย ภายในเก็บบันทึกหลักฐาน เช่น สิ่งของเครื่องใช้ นิทรรศการภาพถ่ายรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ



ภาพที่ 2.8 ช่องเขาขาด

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

สังขละบุรี

อำเภอเล็ก ๆ ที่เงียบสงบและโอบล้อมด้วยธรรมชาติ นอกจากธรรมชาติจะสวยงามแล้ว ยังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้คนถึง 3 เชื้อชาติด้วยกัน ได้แก่ ไทย มอญ และกะเหรี่ยง นักท่องเที่ยวสามารถใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของชุมชนและเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่



ภาพที่ 2.9 สั้งขละบุรี

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

สะพานมอญ

มองเห็นสองฟากฝั่งของ “แม่น้ำซองกาเลีย” และจะได้พบเห็นวิถีชีวิตอันหลากหลายของชุมชนแห่งนี้ ชาวมอญนิยมประเพณีทานาคา ช่วงเช้าสามารถใส่บาตรร่วมกัน แล้วเดินแะไปที่ตลาดมอญช่วงเช้า ๆ ก็จะได้รู้จักความเป็นอยู่ของผู้คนที่นั่นได้ดียิ่งขึ้น ช่วงน้ำลดจะได้เห็นวัดวังกวังการามหรือวัดหลวงพ่ออุตตมะ (เก่า) ตั้งตระหง่านอยู่ริมฝั่งหมู่บ้านมอญ



ภาพที่ 2.10 สะพานมอญ

ที่มา: <https://travelblog.expedia.co.th/guide/kanchanaburi-travel-guide/>

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 ด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

อัสวิน แสงพิบูล (2552) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่เดินทางมาประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีโดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจผลึกและดิ่ง เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีจำนวน 400 คน โดยผลการวิจัยระบุว่าแรงจูงใจหลักอันดับที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความชอบสนุกสนาน การพักผ่อน การช้อปปิ้งหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และความต้องการพบปะผู้คน ส่วนปัจจัยดิ่งให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัยและความสะอาด

วิไลเนีย มายอร์ (2555) ทำการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า ชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมา และเมื่อพิจารณาทั้ง 2 ปัจจัย เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านคมนาคมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงเป็นธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ตลอดไป รวมถึงควรผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อความทันสมัย แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ ซึ่งเชื่อว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นถือเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

ชรณชนก เพชรานนท์ (2560) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวระบุปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประเด็นแรงจูงใจด้านผลักดัน

และดึงดูดถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดแรงผลักดัน-แรงดึงดูดในการท่องเที่ยว วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบถูกนำมาใช้ในการสกัดองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดัน 17 ประเด็นได้ผลองค์ประกอบด้านปัจจัยผลักดัน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากภาระงานประจำ หรือสภาวะแวดล้อมเดิม, การสำรวจความแปลกใหม่ การเรียนรู้การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ, การยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว, การเข้าสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การวิเคราะห์ปัจจัยดึงดูด 35 ประเด็นได้ผลองค์ประกอบด้านปัจจัยดึงดูดจำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าบ้าน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ และความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ผลการศึกษาทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแรงกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสนับสนุนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้ยืนยันว่าพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ข้อค้นพบจากงานวิจัยมีความสำคัญต่อการออกแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีพื้นฐานจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง และคณะ (2561) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ (2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาแตกต่างกัน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ อำนวยความสะดวกตามลำดับเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว รวมถึงควรจัดบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามกลุ่มอายุ รายได้ และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยผลักดัน คือ แรงกระตุ้นภายในทางจิตวิทยาสังคม ความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้ผู้คนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง และปัจจัยดึงดูด คือ ปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดของ นปภัสร ชูสุวรรณ (2559) เรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มี

อิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาเป็นแนวทางในกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้

2.6.2 ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

รัฐทิติยา หิรัณยหาค และกนกกานต์ แก้วนุช (2562) ได้ศึกษาศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ในฐานะเมืองชายแดน พบว่า งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีในฐานะเมืองชายแดน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งประกอบด้วย 1) กระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา รายงาน แนวความคิด และบทความจากวารสารต่าง ๆ ข้อมูลจังหวัดกาญจนบุรี ที่เผยแพร่ระหว่างปี 2550-2559 จำนวน 124 เรื่อง และ 2) การจัดการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดกาญจนบุรีมี 4 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิภาครัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิภาคการศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิภาคประชาสังคม และผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชน กลุ่มละ 5 คน รวม 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วยแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย และแบบสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ มีวิถีชีวิตของชนเผ่าที่หลากหลาย โดยเฉพาะบริเวณแนวชายแดน การเปิดด่านชายแดนถาวรบ้านน้ำพุร้อน และการประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ความร่วมมือกันการเมืองระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลแห่งสหภาพพม่า เป็นองค์ประกอบสนับสนุนให้จังหวัดกาญจนบุรีมีโอกาสพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวชายแดน 2) การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดน ยังไม่ได้ถูกบรรจุในแผนพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน มีเหลื่อมล้ำของชุมชนที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ได้แก่ เสถียรภาพทางการเมืองภายในของประเทศเพื่อนบ้าน พื้นที่ชายแดนบางส่วนที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในความดูแลของชนกลุ่มน้อย ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนอีกทั้งจังหวัดกาญจนบุรีตั้งอยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัยแผ่นดินไหว เนื่องจากมีรอยเลื่อนศรีสวัสดิ์และรอยเลื่อนเจดีย์สามองค์ ผลการวิจัยได้ข้อมูลศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีในฐานะเมืองชายแดน ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการประกอบ การตัดสินใจที่นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีในอนาคต

อาภากรณ์ คนขยัน และเลิศพร ภาระสกุล (2561) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำจังหวัดกาญจนบุรีต่อผู้อื่น พบว่า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ศึกษาระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่ง

ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการแนะนำจังหวัดกาญจนบุรีต่อผู้อื่น โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นักท่องเที่ยวมาจากภูมิภาคทวีปยุโรป มากที่สุด เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพแต่งงานแล้ว มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพผู้บริหาร,เจ้าของกิจการส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีการทราบข่าวข้อมูลของจังหวัดกาญจนบุรีจากแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มีการจัดรูปแบบการเดินทางด้วยตัวเอง พักแรมที่โรงแรม/รีสอร์ท มีจำนวนวันที่เข้าพัก 2-3 คืน และเดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรีโดยรถบัส

นักท่องเที่ยชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับความสนใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมสะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร น้ำตก (ไทรโยคน้อย, ไทรโยคใหญ่, ห้วยแม่ขมิ้น, อื่น ๆ) ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า นักท่องเที่ยชาวต่างชาติมีความไม่แน่ใจไม่รู้จักและอาจไม่ได้เดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในครั้งแรกที่เดินทางมาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนจังหวัดกาญจนบุรีนั้น มีองค์ประกอบของปัจจัยแห่งความพึงพอใจ 21 ปัจจัย ความพึงพอใจที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถจัดแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พักรวมและความสะดวกสบาย ด้านของทีระลิก ด้านผู้คนในชุมชนและพนักงาน และด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม จากการวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่มีแบบหลายตัวแปร ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ด้านผู้คนในชุมชนและพนักงาน ส่งผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านที่พักรวมและความสะดวกสบาย และด้านของทีระลิก ตามลำดับ ทำให้นักท่องเที่ยชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว และแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

วรพรรณ สัจศิริ (2558) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี และหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการ

ตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในบริเวณชุมชนบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.91 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.93 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.52) โดยมีแรงจูงใจภายใน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ด้านกายภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีแรงจูงใจภายนอก อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านคมนาคม ด้านการบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.66) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีความสัมพันธ์กัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.762 สรุปผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก และพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พระสมุห์จิระพงษ์ ระเบียบ (2557) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ผู้มีอาชีพบริการนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ประกอบการสนทนากลุ่ม แบบสังเกต เครื่องบันทึกเสียง และกล้อง

ถ่ายภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ ข้อที่ 1 การหนีจากการงาน ชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ และความแออัดในเมือง และข้อที่ 2 ความคุ้มค่าของเงิน ค่าใช้จ่ายไม่มาก สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมที่มีค่าร้อยละสูงสุดในแต่ละคำถาม ได้แก่ การเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มาในวันหยุดสุดสัปดาห์ มาในช่วงครึ่งวันเช้า เดินทางมา 6 ครั้งขึ้นไป ใช้จ่ายเงินต่อครั้งระหว่าง 500 – 1,000 บาท โดยใช้เป็นค่าอาหาร และเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจจะกลับมาเที่ยวอีก ซึ่งสาเหตุจูงใจ คือการเดินทางสะดวก 2) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ตามมาด้วยผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) สรุปได้ดังนี้ 3.1) ด้านกายภาพของพื้นที่ ควรขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อถมทรายให้หาดกว้างขวาง และรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และควรกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพ 3.2) ด้านการบริหารจัดการ ควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการให้สูงขึ้น 3.3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีเรือหางยาวและเจ็ตสกีเพิ่มจากเรือถีบและเรือพาย 3.4) ด้านสินค้าและบริการ ควรจัดให้มีร้านค้าและสินค้าที่หลากหลาย รวมทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าท้องถิ่นที่หายาก 3.5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีห้องสุขาที่สะอาด และสถานที่จอดรถเพิ่มขึ้น

อติตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า โดยการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยศึกษาด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้คุณค่าด้านเวลา การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว ต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน การรับรู้คุณค่าด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี การรับรู้คุณค่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

2.6.3 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ศรินทร์ ศิริเพชร และคณะ (2561) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่า ความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานสำหรับทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบ t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเกินครึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.75 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 52.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.50 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 37.00 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 50.75 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 28.50 ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 74.25 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ร้อยละ 49.25 เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 45.20 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($= 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านทัศนียภาพ ด้านกิจกรรม ด้านวิทยากร ด้านการมีส่วนร่วม ด้านที่พัก ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ด้านของฝาก/ของที่ระลึก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ($= 4.26, 4.17, 4.09, 3.96, 3.86, 3.83, 3.81, 3.80, 3.75$ และ 3.57 ตามลำดับ) เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านคีรีวง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ามีปัจจัยด้านรายได้เพียงปัจจัยเดียวที่มีผลความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านคีรีวงโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ณัฐริการ์ ปานมาศ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน รายได้เฉพาะต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกันมีเพียงสถานภาพ ที่แตกต่างกัน ที่มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์

ระหว่างความพึงพอใจการการท่องเที่ยวยเชิงกีฬาทางน้ำเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยเชิงกีฬาทางน้ำ ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยเชิงกีฬาทางน้ำ ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เจตน์สฤณี สังขพันธ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์องค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ (3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา รายได้ และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแห กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห จำนวน 394 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่วิเคราะห์องค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ ผลการวิจัย พบว่า 1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่า .30 ทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ ค่า Kaiser-Meyer-Olkin รวมเท่ากับ .9153 และค่า Eigenvalue มีค่ามากกว่า 1 ทุกตัวแปร และได้จัดกลุ่มองค์ประกอบความพึงพอใจการใช้บริการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด 2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง 3. นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานเทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

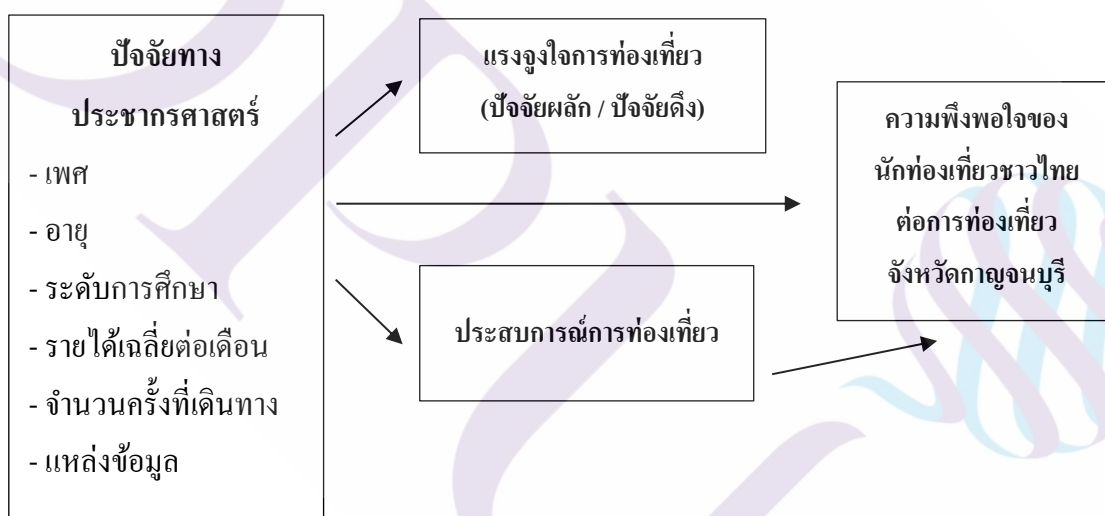
Shonk, DJ และ Chelladurai, P. (2008) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะกลับมาอีกครั้งในการท่องเที่ยวยเชิงกีฬา พบว่า บทความนี้วิเคราะห์ห้บทบาทที่เล่นโดยประสบการณ์ในความภักดีและความตั้งใจที่จะกลับมาของนักท่องเที่ยวกีฬาเพื่อการแข่งขันวิ่ง ข้อมูลสำหรับการศึกษานี้รวบรวมจากแบบสอบถามออนไลน์ที่กรอกข้อมูลโดย 984 คนจากหนึ่งในการแข่งขันวิ่งระดับนานาชาติที่สำคัญที่สุดในอิตาลี การวิเคราะห์การถดถอยถูกนำมาใช้เพื่อประเมินข้อมูล ผลการวิจัยพบว่ามิติทางสุนทรียศาสตร์ (ความจุและสถานที่) เป็นปัจจัยหลักในการสร้างความภักดีต่อนักท่องเที่ยวด้านกีฬา ปัจจัยหลักของความตั้งใจที่จะกลับมาคือสถานที่และ

คุณภาพทางเทคนิค (ค่าและความท้าทาย) การศึกษาครั้งนี้ให้คำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต และให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถวัดได้จากองค์ประกอบของบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รวมไปถึงแรงจูงใจในผลัดกันและดึงดูด และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้บูรณาการเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทนี้ มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามต่อไป

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.11 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

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

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรี ในปี 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จำนวน 960,267 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และสมัครใจให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ โดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) (Yamane อ้างถึงใน วิจิต อู่อัน, 2550) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Method) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้ คือ

$$n = \frac{N}{1 + N(E)^2}$$

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

E แทน ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 0.05

(Yamane, T. 1967. Elementary Sampling Theory, USA: Prentice Hall)

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่า} \\
 n &= \frac{960,267}{1 + 960,267(0.05)^2} \\
 &= \frac{960,267}{2.835} \\
 &= 400
 \end{aligned}$$

ในการกระจายแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว จำนวน 150 ชุด เส้นทางรถไฟสายมรณะ จำนวน 150 ชุด และน้ำตกไทรโยค จำนวน 100 ชุด และนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการคัดเลือกชุดที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวน 392 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทาง และแหล่งข้อมูล ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบให้เลือกรับตอบ ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจผลักดันและดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (ปัจจัยผลัก Push Factor) และปัจจัยดึงดูดให้มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (ปัจจัยดึง Pull Factor) ซึ่งลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด (Rating Scales)

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ วัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ รู้สึกสนุกเพลิดเพลิน รู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้มาท่องเที่ยว การกลับมาอีกในโอกาสข้างหน้า การบอกเล่าให้คนอื่นทราบ และความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะเป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด (Rating Scales)

โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัสวิน แสงพิกุล, 2556 : 181) ดังต่อไปนี้

ค่าคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535 : 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
1.0 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม
- 2) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
- 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความครบถ้วนถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5) นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha - coefficient)

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากแหล่งต่าง ๆ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว จำนวน 150 ชุด เส้นทางรถไฟสายมรณะ จำนวน 150 ชุด และน้ำตกไทรโยค จำนวน 100 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร รายงานวิจัย อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทาง และแหล่งข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3.4.2 การวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Factor Analysis

3.4.3 การวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Factor Analysis

3.4.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 – 3 โดยการทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

2. การทดสอบสมมติฐานข้อ 4 โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2) การทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธี LSD
- 3) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)
- 4) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยแรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 392 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 392 ชุด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 392)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	104	26.5
หญิง	288	73.5
	392	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	28	7.1
21 – 30 ปี	97	24.7
31 – 40 ปี	147	37.5
41 – 50 ปี	93	23.7
51 ปีขึ้นไป	27	6.9
	392	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	62	15.8
ปริญญาตรี	249	63.5
ปริญญาโทและสูงกว่า	81	20.7
	392	100.0
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	43	11.0
15,001 – 30,000 บาท	223	56.9
30,001 – 50,000 บาท	97	24.7
50,001 บาทขึ้นไป	29	7.4
	392	100.0
5. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี		
ครั้งแรก	78	19.9
1-2 ครั้ง	292	74.5
มากกว่า 3 ครั้ง	22	5.6
	392	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
6. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี		
อินเทอร์เน็ต	138	35.2
เอกสารการท่องเที่ยว	8	2.0
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	4	1.0
การแนะนำของบุคคล	81	20.7
สารคดีการท่องเที่ยว	16	4.1
รายการโทรทัศน์	121	30.9
อื่น ๆ	24	6.1
	392	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 392 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 และเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ปริญญาโทและสูงกว่า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี 1-2 ครั้ง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ และได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ รายการโทรทัศน์ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ถัดมาคือ การแนะนำของบุคคล จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 สารคดีการท่องเที่ยว 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 เอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยดึง ดังตารางที่ 4.2 – 4.5

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.35	.699	มากที่สุด
2. ต้องการสัมผัสชีวิตวิถีไทยในอดีตในเมืองจำลองย้อนยุค	4.21	.730	มากที่สุด
3. เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ	4.22	.737	มากที่สุด
4. ต้องการศึกษารื่องราวสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2	4.18	.717	มาก
5. ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ	4.22	.709	มากที่สุด
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ	4.24	.672	มากที่สุด
7. เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก	4.01	.743	มาก
8. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ	3.98	.786	มาก
9. เพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต	4.11	.739	มาก
10. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	3.94	.807	มาก
11. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่	4.02	.775	มาก
12. ต้องการท่องเที่ยวชมธรรมชาติที่สมบูรณ์	4.08	.729	มาก
เฉลี่ยรวม	4.12	.490	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา คือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.24$) ถัดมาคือ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ และต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ ($\bar{X} = 4.22$) และ

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (Factor Analysis)

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	Factor Loading		
	องค์ประกอบที่		
	1	2	3
ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ	.753		
เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ	.842		
เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก	.721		
ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ	.603		
เพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต		.554	
เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน		.602	
ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่		.866	
ต้องการลองแพชมธรรมชาติที่สมบูรณ์		.824	
ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ			.731
ต้องการสัมผัสชีวิตวิถีไทยในอดีตในเมืองจำลองย้อนยุค			.808
เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ			.808
ต้องการศึกษาเรื่องราวสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2			.626
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)	.869		
Bartlett's Test of Sphericity	2075.255		
Sig.	.000		
Eigenvalues	5.32	1.42	1.05
% of Variance	44.35	11.86	8.78
Cumulative %	44.35	56.22	65.01

จากตารางที่ 4.3 การใช้ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ค่า KMO เท่ากับ .896 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยขององค์ประกอบที่นำมาวิเคราะห์เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่นำมาศึกษา โดย Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 2,075.25 ได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงสรุปว่าปัจจัยที่เป็นตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน เหมาะสมที่จะใช้ Factor Analysis วิเคราะห์ต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ตัวแปรขององค์ประกอบที่สร้างขึ้นจากแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 12 ตัวแปร ได้แก่ การพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่ มี 4 ตัวแปร เป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง มี 4 ตัวแปร และสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น มี 4 ตัวแปร โดยนำองค์ประกอบทั้งหมดมาวัดค่าด้วย Factor Analysis และเลือกวิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis (PCA) เพื่อให้ได้จำนวนตัวแปรใหม่น้อยที่สุด ซึ่งเป็นการนำตัวแปรที่มี จำนวนตัวแปรมาก ๆ มาสกัดไว้ในองค์ประกอบที่มีเพียงไม่กี่องค์ประกอบ โดยใช้โปรแกรม SPSS

ในการวิจัยครั้งนี้มี 12 ตัวแปร เมื่อทำการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax จะได้ค่า Eigenvalues, % of Variance และ Cumulative % ขององค์ประกอบ ซึ่งได้องค์ประกอบออกมาใหม่ 3 องค์ประกอบ โดยพิจารณาจากค่าความแปรปรวน (Eigenvalues) ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 1 เท่านั้น จึงจะนำมาพิจารณา พบว่า มีเพียง Component ที่ 1 ถึง 5 ที่มีค่า Eigenvalues มากกว่า 1 จึงควรมีเพียง 3 องค์ประกอบเท่านั้น ที่นำมาอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด องค์ประกอบทั้ง 3 อธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 65.01%

จากการสกัดปัจจัยสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ที่เกิดขึ้นตามตารางที่ 4.3 Rotated Component Matrix^a ประกอบด้วยตัวแปร 12 ตัวแปร สรุปค่าน้ำหนักปัจจัยของแต่ละตัวแปร โดยจัดกลุ่มใหม่ตามองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ Factor Analysis เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่ มี 4 ตัวแปร
2. การให้รางวัลแก่ชีวิต มี 4 ตัวแปร
3. การสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น มี 4 ตัวแปร

องค์ประกอบที่ 1 “การพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .603 - .842 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .842 รองลงมาคือ ต้องการพักผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ เพื่อพบปะ

สังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก และต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “การให้รางวัลแก่ชีวิต” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .554 - .866 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .866 รองลงมาคือ ต้องการลองแพชมธรรมชาติที่สมบูรณ์ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน และเพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “การสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .626 - .808 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตวิถีไทยในอดีตในเมืองจำลองย้อนยุค และเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .808 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการศึกษาเรื่องราวสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจปัจจัยคึงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

แรงจูงใจปัจจัยคึง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว	4.31	.709	มากที่สุด
2. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	4.36	.683	มากที่สุด
3. ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น	3.98	.820	มาก
4. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.99	.743	มาก
5. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.05	.726	มาก
6. สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น	3.98	.734	มาก
7. ความเหมาะสมค้่มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.09	.709	มาก
8. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.06	.705	มาก
9. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.05	.933	มาก
10. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.33	.702	มากที่สุด
11. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.21	.781	มากที่สุด
12. ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง	4.21	.739	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.13	.487	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยดีในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$) ถัดมาคือ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.31$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจปัจจัยดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์แรงจูงใจปัจจัยดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี (Factor Analysis)

แรงจูงใจปัจจัยดี	Factor Loading		
	องค์ประกอบที่		
	1	2	3
ความหลากหลายของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว	.723		
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	.803		
สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น	.881		
ความเหมาะสมคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	.720		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	.722		
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว	.447		
ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว		.860	
ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว		.867	
ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น		.455	
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว			.777
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ			.796
ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง			.675

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

แรงจูงใจปัจจัยตั้ง	Factor Loading		
	องค์ประกอบที่		
	1	2	3
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)	.861		
Bartlett's Test of Sphericity	2244.320		
Sig.	.000		
Eigenvalues	5.28	1.29	1.20
% of Variance	44.06	10.76	10.00
Cumulative %	44.06	54.82	64.82

จากตารางที่ 4.5 การใช้ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ค่า KMO เท่ากับ .861 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยขององค์ประกอบที่นำมาวิเคราะห์เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่นำมาศึกษา โดย Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 2,244.32 ได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงสรุปว่าปัจจัยที่เป็นตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน เหมาะสมที่จะใช้ Factor Analysis วิเคราะห์ต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ตัวแปรขององค์ประกอบที่สร้างขึ้นจากแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 12 ตัวแปร ได้แก่ กิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว มี 6 ตัวแปร ชื่อเสียง ธรรมชาติ และมิตรไมตรีของผู้คน มี 3 ตัวแปร และความสะอาด การบริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มี 3 ตัวแปร โดยนำองค์ประกอบทั้งหมดมาวัดค่าด้วย Factor Analysis และเลือกวิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis (PCA) เพื่อให้ได้จำนวนตัวแปรใหม่น้อยที่สุด ซึ่งเป็นการนำตัวแปรที่มีจำนวนตัวแปรมาก ๆ มาสกัดไว้ในองค์ประกอบที่มีเพียงไม่กี่องค์ประกอบ โดยใช้โปรแกรม SPSS

ในการวิจัยครั้งนี้มี 12 ตัวแปร เมื่อทำการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax จะได้ค่า Eigenvalues, % of Variance และ Cumulative % ขององค์ประกอบ ซึ่งได้องค์ประกอบออกมาใหม่ 3 องค์ประกอบ โดยพิจารณาจากค่าความแปรปรวน (Eigenvalues) ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 1 เท่านั้น จึงจะนำมาพิจารณา พบว่า มีเพียง Component ที่ 1 ถึง 5 ที่มีค่า Eigenvalues มากกว่า 1

จึงควรมีเพียง 3 องค์ประกอบเท่านั้น ที่นำมาอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด องค์ประกอบทั้ง 3 อธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 64.82%

จากการสกัดปัจจัยสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ที่เกิดขึ้นตามตารางที่ 4.5 Rotated Component Matrix¹ ประกอบด้วยตัวแปร 12 ตัวแปร สรุปค่าน้ำหนักปัจจัยของแต่ละตัวแปร โดยจัดกลุ่มใหม่ตามองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ Factor Analysis เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การทำกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว มี 6 ตัวแปร
2. การมีชื่อเสียง ความเป็นธรรมชาติ และมิตรไมตรีของผู้คน มี 3 ตัวแปร
3. การบริการ ความสะอาด และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มี 3 ตัวแปร

องค์ประกอบที่ 1 “การทำกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .447 - .881 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น มีค่า Factor Loading เท่ากับ .881 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ความเหมาะสมคุณค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “การมีชื่อเสียง ความเป็นธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว และมิตรไมตรีของผู้คน” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .455 - .867 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ความเจียมสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Factor Loading เท่ากับ .867 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “การบริการ ความสะอาด และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .675 - .796 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .796 รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ฉันได้เห็นถึงความสวยงาม และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ	4.28	.749	มากที่สุด
2. ฉันได้เห็นถึงความเป็นมาทางประวัติของประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2	4.13	.784	มาก
3. ฉันรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	4.13	.840	มาก
4. ฉันรู้สึกว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีห้องน้ำเพียงพอ และสะอาด	4.15	.775	มาก
5. ฉันได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี	4.29	.758	มากที่สุด
6. ฉันรู้สึกว่าผู้คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี	4.36	.734	มากที่สุด
7. ฉันรู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.99	.819	มาก
8. ฉันรู้สึกว่าได้รับคำแนะนำการท่องเที่ยวที่ดี	4.05	.806	มาก
9. ฉันรู้สึกว่าคุณภาพรสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย	4.20	.803	มาก
10. ฉันรู้สึกว่ามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.03	.824	มาก
11. ฉันรู้สึกว่าสะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	4.10	.842	มาก
12. ฉันรู้สึกว่าง่ายต่อการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว	4.14	.797	มาก
13. ฉันรู้สึกว่าการเดินทางมีความสะดวกสบาย	4.43	.744	มากที่สุด
14. ฉันรู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี	4.51	.644	มากที่สุด
15. ฉันได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้างภายในท้องถิ่น	4.09	.798	มาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
16. ฉันรู้สึกถึงความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น	4.06	.796	มาก
17. ฉันได้เห็นการบริการที่สุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ในสถานที่พักผ่อน	4.20	.729	มาก
18. ฉันรู้สึกว่าสินค้าของที่ระลึกน่าสนใจ	4.08	.803	มาก
19. ฉันรู้สึกว่ามิกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินถ้ำ เล่นน้ำตก เดินชมเมืองโบราณ เป็นต้น	4.21	.728	มากที่สุด
20. ฉันรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เมืองบาดาลวัดวังแก้วเวภารามเก่า	4.18	.750	มาก
21. ฉันรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ รำเหย่ย เป็นต้น	4.51	.659	มากที่สุด
22. ฉันได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก	4.44	.698	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.22	.472	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี และรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ รำเหย่ย เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) รองลงมาคือ ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก ($\bar{X} = 4.44$) ถัดมาคือ รู้สึกว่าการเดินทางมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.43$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ($\bar{X} = 3.99$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์องค์ประกอบประสมการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Factor Analysis)

องค์ประกอบประสมการณ์	Factor Loading				
	องค์ประกอบที่				
	1	2	3	4	5
สินค้าของที่ระลึกน่าสนใจ	.874				
ได้เห็นการบริการที่สุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ในสถานที่พักผ่อน	.827				
มีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินถ้ำ เล่นน้ำตก เดินชมเมืองโบราณ เป็นต้น	.753				
สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เมืองบาดาลวัดวังแก้วเวการามเก่า	.752				
ความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น	.676				
สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว		.826			
ง่ายต่อการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว		.760			
การเดินทางมีความสะดวกสบาย		.603			
ได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้างภายในท้องถิ่น		.533			
มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว		.499			
แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสะอาด และเป็นระเบียบ			.763		
ได้เห็นถึงความเป็นมาทางประวัติของประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2			.735		
ได้เห็นถึงความสวยงาม และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ			.640		

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

องค์ประกอบประสบการณ์	Factor Loading				
	องค์ประกอบที่				
	1	2	3	4	5
แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีห้องน้ำเพียงพอ และสะอาด			.630		
ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี				.786	
ผู้คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี				.778	
ได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป				.619	
ได้รับคำแนะนำการท่องเที่ยวที่ดี				.481	
คุณภาพรสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย				.394	
ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก					.762
รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี					.643
สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของ ท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ ไร่เหยี่ยว เป็นต้น					.630
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)	.896				
Bartlett's Test of Sphericity	4740.89				
Sig.	.000				
Eigenvalues	8.75	1.76	1.52	1.23	1.08
% of Variance	39.80	8.00	6.92	5.59	4.93
Cumulative %	39.80	47.80	54.7	60.3	65.2

จากตารางที่ 4.7 การใช้ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูลพบว่า ค่า KMO เท่ากับ .896 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยขององค์ประกอบที่นำมาวิเคราะห์เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่นำมาศึกษา โดย Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 4,740.89 ได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึง

สรุปว่าปัจจัยที่เป็นตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน เหมาะสมที่จะใช้ Factor Analysis วิเคราะห์ต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 23)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ตัวแปรขององค์ประกอบที่สร้างขึ้นจากแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 22 ตัวแปร ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว มี 5 ตัวแปร ความสะดวกสบายในการเดินทาง มี 5 ตัวแปร ประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว มี 4 ตัวแปร ผู้คนและวิถีชีวิต มี 5 ตัวแปร และธรรมชาติและวัฒนธรรม มี 3 ตัวแปร โดยนำองค์ประกอบทั้งหมดมาวัดค่าด้วย Factor Analysis และเลือกวิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis (PCA) เพื่อให้ได้จำนวนตัวแปรใหม่น้อยที่สุด ซึ่งเป็นการนำตัวแปรที่มี จำนวนตัวแปรมาก ๆ มาสกัดไว้ในองค์ประกอบที่มีเพียงไม่กี่องค์ประกอบ โดยใช้โปรแกรม SPSS

ในการวิจัยครั้งนี้มี 22 ตัวแปร จึงมี 22 องค์ประกอบหรือ 20 Component เมื่อทำการหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax จะได้ค่า Eigenvalues, % of Variance และ Cumulative % ขององค์ประกอบ ซึ่งได้องค์ประกอบออกมาใหม่ 5 องค์ประกอบ โดยพิจารณาจากค่าความแปรปรวน (Eigenvalues) ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 1 เท่านั้น จึงจะนำมาพิจารณา พบว่า มีเพียง Component ที่ 1 ถึง 5 ที่มีค่า Eigenvalues มากกว่า 1 จึงควรมีเพียง 5 องค์ประกอบเท่านั้น ที่นำมาอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด องค์ประกอบทั้ง 5 อธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 65.26%

จากการสกัดปัจจัยสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ที่เกิดขึ้นตามตารางที่ 4.5 Rotated Component Matrix³ ประกอบด้วยตัวแปร 22 ตัวแปร สรุปค่าน้ำหนักปัจจัยของแต่ละตัวแปร โดยจัดกลุ่มใหม่ตามองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ Factor Analysis เป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว มี 5 ตัวแปร
2. ความสะดวกสบายในการเดินทาง มี 5 ตัวแปร
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว มี 4 ตัวแปร
4. ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต มี 5 ตัวแปร
5. ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม มี 3 ตัวแปร

องค์ประกอบที่ 1 “การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .676 - .874 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือสินค้าของที่ระลึกน่าสนใจ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .874 รองลงมาคือ ได้เห็นการบริการที่สุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ในสถานที่พักแรม มีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินถ้ำ เล่นน้ำตก เดินชมเมืองโบราณ เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มี

สถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เมืองบาดาลวัดวังแก้วเวการามเก่า และความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “ความสะดวกสบายในการเดินทาง” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .499 - .826 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Factor Loading เท่ากับ .826 รองลงมาคือ ง่ายต่อการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว การเดินทางมีความสะดวกสบาย ได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้างภายในท้องถิ่น มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .630 - .763 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสะอาด และเป็นระเบียบ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .763 รองลงมาคือ ได้เห็นถึงความเป็นมาทางประวัติของประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เห็นถึงความสวยงาม และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีห้องน้ำเพียงพอ และสะอาด ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 4 “ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .394 - .786 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี มีค่า Factor Loading เท่ากับ .786 รองลงมาคือ ผู้คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี ได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ได้รับคำแนะนำการท่องเที่ยวที่ดี และคุณภาพ รสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 5 “ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .630 - .762 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก มีค่า Factor Loading เท่ากับ .762 รองลงมาคือ รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ ไร่เหย่ย เป็นต้น ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี

จากวัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. รู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี	4.23	.712	มากที่สุด
2. รู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี	4.33	.684	มากที่สุด
3. อาจกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอีก ในโอกาสข้างหน้า	4.27	.728	มากที่สุด
4. จะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัด กาญจนบุรี ให้คนอื่นทราบ	4.28	.733	มากที่สุด
5. โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ครั้งนี้	4.25	.743	มากที่สุด
รวม	4.27	.548	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว
จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) โดยประเด็นรู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่
ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ($\bar{X} = 4.33$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จะบอกต่อเล่า
เรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ให้คนอื่นทราบ ($\bar{X} = 4.28$) ถัดมาอาจ
กลับมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอีก ในโอกาสข้างหน้า ($\bar{X} = 4.27$) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการ
มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีครั้งนี้ ($\bar{X} = 4.25$) และรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.23$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธี แวริแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ และนำมาเปรียบเทียบกับสถิติ T-test และ F-test (ANOVA) ดังนี้

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	\bar{X}		t	P
	ชาย	หญิง		
ด้านการพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่	4.18	4.08	1.52	.128
ด้านเป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง	4.06	4.02	.50	.611
ด้านสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.32	4.20	1.83	.067
รวม	4.19	4.10	1.52	.127

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	\bar{X}					F	P
	ต่ำกว่า 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	51ปีขึ้นไป		
ด้านการพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่	4.08	4.17	4.05	4.14	4.13	.69	.594
ด้านเป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง	4.07	4.10	3.95	4.04	4.12	1.14	.336
ด้านสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.32	4.31	4.19	4.17	4.31	1.24	.291
รวม	4.16	4.19	4.06	4.12	4.19	1.19	.314

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	\bar{X}			F	P
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโทและสูงกว่า		
ด้านการพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่	3.96	4.14	4.11	2.40	.092
ด้านเป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง	3.93	4.07	3.99	1.71	.182
ด้านสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.19	4.24	4.26	.30	.737
รวม	4.03	4.15	4.12	1.61	.200

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจปัจจัยหลัก	\bar{X}				F	P
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป		
ด้านการพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่	4.10	4.12	4.07	4.16	.21	.883
ด้านเป็นรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง	4.08	4.04	4.01	3.95	.31	.812
ด้านสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.33	4.24	4.22	4.11	.92	.431
รวม	4.17	4.13	4.10	4.07	.32	.806

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ และนำมาเปรียบเทียบกับสถิติ T-test และ F-test (ANOVA) ดังนี้

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}		t	P
	ชาย	หญิง		
ด้านกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.02	4.04	-.29	.765
ด้านชื่อเสียง ธรรมชาติ และมิตรไมตรีของผู้คน	4.24	4.20	.58	.562
ด้านความสะดวก การบริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.30	4.22	1.18	.238
รวม	4.19	4.15	.60	.545

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}					F	P
	ต่ำกว่า 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	51ปีขึ้นไป		
ด้านกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.90	4.08	4.05	3.98	4.07	.84	.500
ด้านชื่อเสียง ธรรมชาติ และมิตรไมตรีของผู้คน	4.19	4.28	4.13	4.24	4.32	1.17	.323
ด้านความสะดวก การบริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.21	4.25	4.25	4.24	4.28	.05	.995
รวม	4.10	4.20	4.14	4.15	4.22	.45	.770

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}			F	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า		
ด้านกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.93	4.03	4.11	1.69	.184
ด้านชื่อเสียง ธรรมชาติ และมิตรไมตรีของ ผู้คน	4.08	4.27	4.15	2.90	.056
ด้านความสะดวก การบริการ และการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.20	4.25	4.28	.32	.720
รวม	4.07	4.18	4.18	1.43	.238

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}				F	P
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป		
ด้านกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.03	4.04	4.00	4.04	.13	.940
ด้านชื่อเสียง ธรรมชาติ และมิตร ไมตรีของผู้คน	4.24	4.20	4.24	4.17	.15	.926
ด้านความสะดวก การบริการ และ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.27	4.26	4.21	4.19	.24	.864
รวม	4.18	4.17	4.15	4.13	.08	.969

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method) ได้จำนวนองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	\bar{X}		t	P
	ชาย	หญิง		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.14	4.14	-.07	.940
ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.10	4.17	-1.10	.269
ด้านประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.19	4.16	.57	.569
ด้านผู้คนและวิถีชีวิต	4.18	4.17	.06	.950
ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม	4.44	4.49	-.81	.413
รวม	4.21	4.23	-.33	.740

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}					F	P
	ต่ำกว่า 20ปี	21-30ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51ปี ขึ้นไป		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.19	4.08	4.11	4.25	4.09	.94	.436
ด้านความสะดวกสบายในการ เดินทาง	4.29	4.16	4.11	4.15	4.22	.61	.653
ด้านประวัติศาสตร์และทรัพยากร การท่องเที่ยว	4.26	4.21	4.14	4.13	4.15	.41	.797
ด้านผู้คนและวิถีชีวิต	4.27	4.16	4.13	4.22	4.22	.67	.611
ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม	4.48	4.46	4.49	4.47	4.51	.07	.990
รวม	4.30	4.21	4.20	4.25	4.24	.36	.837

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีประสบการณ์ในการ
เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}			F	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.17	4.16	4.07	.60	.548
ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.11	4.15	4.20	.42	.652
ด้านประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.21	4.15	4.17	.20	.816
ด้านผู้คนและวิถีชีวิต	4.22	4.15	4.22	.59	.552
ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม	4.51	4.46	4.53	.71	.488
รวม	4.24	4.21	4.24	.16	.850

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แรงจูงใจปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจปัจจัยดิ่ง	\bar{X}				F	P
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.22	4.13	4.11	4.23	.51	.670
ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.23	4.17	4.08	4.16	.77	.507
ด้านประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.22	4.18	4.08	4.25	1.00	.389
ด้านผู้คนและวิถีชีวิต	4.23	4.20	4.11	4.11	.73	.535
ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม	4.58	4.48	4.42	4.52	.97	.405
รวม	4.30	4.23	4.16	4.26	1.00	.389

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

H_0 : ประสบการณ์การท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

H_1 : ประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสพการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

Dependent Variable	ความพึงพอใจ (Y)			
Independent Variable	การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว (X ₁) ความสะดวกสบายในการเดินทาง (X ₂) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว (X ₃) ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต (X ₄) และความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม (X ₅)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.249			
R Square	.062			
Adjusted R Square	.050			
Standard Error	.53433			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	5	7.269	1.454	
Residual	386	110.205	.286	
F = 5.092	Sig. = .000			
Durbing- Watson	1.576			
Explanation: Variable in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ค่าคงที่	3.693		14.377	.000*
การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว (X ₁)	-.132	-.157	-2.358	.019*
ความสะดวกสบายในการเดินทาง (X ₂)	-.097	-.108	-1.513	.131
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว (X ₃)	.002	.002	.032	.974
ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต (X ₄)	.031	.034	.463	.644
ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม (X ₅)	.310	.302	4.724	.000*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

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

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจ

X₁ คือ การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

X₂ คือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง

X₃ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว

X₄ คือ ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต

X₅ คือ ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็น การทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์พบว่า F= 5.092 Sig. = .000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 5 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

1. ค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbing- Watson Statistic = 1.576 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระ จึงสรุปได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยเป็น 0.000 (The mean of the errors is zero) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .050 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 50.0 เหลืออีก 50.0 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$Y = 3.693 - .132X_1 - .097X_2 + .002X_3 + .031X_4 + .310X_5$$

$$(14.37)** (-2.358)** (-1.513) (.032) (.463) (.000)**$$

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า t statistic

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งพบว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัว สามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีตัวแปรอิสระ 3 ตัว สามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

จากค่า $b_1 = -0.132$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวลดลง จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

จากค่า $b_2 = -0.097$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ด้านความสะดวกสบายในการเดินทางมีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความสะดวกสบายในการเดินทางลดลง จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

จากค่า $b_3 = -0.097$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_4 = -0.002$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ด้านความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิตเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_5 = -0.310$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประสบการณ์ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยประสบการณ์ด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมมีความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 30.2 (Beta= .302) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต ร้อยละ 3.4 (Beta= .034) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว ร้อยละ 0.2 (Beta= .002) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ -10.8 (Beta= -.108) และความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ร้อยละ -15.7 (Beta= -.157) ตามลำดับ

โดยสรุปปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว และด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ
ทรัพยากรการท่องเที่ยว และความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการ
เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยรองของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และ 4) ศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 392 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test (Independent sample) F-test (One-way ANOVA) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย (Regression Analysis)

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 392 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 15,001-30,000 บาท นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี 1-2 ครั้ง และได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีจากอินเทอร์เน็ต

5.1.2 แรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยรองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

หย่อนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา คือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.24$) ถัดมาคือ เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ และต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ ($\bar{X} = 4.24$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ Factor Analysis สามารถแบ่งแรงจูงใจปัจจัยหลักเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 “การพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .603 - .842 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ๆ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .842 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกายและจิตใจ เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก และต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “การให้รางวัลแก่ชีวิต” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .554 - .866 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .866 รองลงมาคือ ต้องการท่องเที่ยวชมธรรมชาติที่สมบูรณ์ เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน และเพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “การสัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น” ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .626 - .808 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตไทยในอดีตในเมืองจำลองย้อนยุค และเพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .808 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการศึกษาเรื่องราวสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามลำดับ

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยดีในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$) ถัดมาคือ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.31$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ Factor Analysis สามารถแบ่งแรงจูงใจปัจจัยได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 “การทำกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .447 - .881 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น มีค่า Factor Loading เท่ากับ .881 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ความเหมาะสมค้ำค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “การมีชื่อเสียง ความเป็นธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว และมิตรไมตรีของผู้คน” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .455 - .867 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Factor Loading เท่ากับ .867 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “การบริการ ความสะอาด และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .675 - .796 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .796 รองลงมาคือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของระยะเวลา/ระยะเวลาในการเดินทาง ตามลำดับ

5.1.3 ประสพการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสพการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี และรู้สึกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ รำเหย่ย เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) รองลงมาคือ ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก ($\bar{X} = 4.44$) ถัดมาคือ รู้สึกว่าการเดินทางมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.43$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รู้สึกว่าได้รับความคุ้มค้ำค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ($\bar{X} = 3.99$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ Factor Analysis สามารถแบ่งประสบการณ์เป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้
 องค์ประกอบที่ 1 “การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนัก
 องค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .676 - .874 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ
 ลินค้าของที่ระลึกน่าสนใจ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .874 รองลงมาคือ “ได้เห็นการบริการที่
 สุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ในสถานที่พักแรม มีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่ง
 ท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินถ้ำ เล่นน้ำตก เดินชมเมืองโบราณ เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มี
 สถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เมืองบาดาลวัดวังแก้วเวกการามเก่า และความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของ
 ผู้คนในท้องถิ่น ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 2 “ความสะดวกสบายในการเดินทาง” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่า
 น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .499 - .826 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading
 สูงที่สุดคือ สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Factor Loading เท่ากับ .826 รองลงมา
 คือ ง่ายต่อการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว การเดินทางมีความ
 สะดวกสบาย ได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้างภายในท้องถิ่น มีความ
 ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 3 “แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว”
 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .630 - .763 ซึ่ง
 ตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสะอาด และ
 เป็นระเบียบ มีค่า Factor Loading เท่ากับ .763 รองลงมาคือ “ได้เห็นถึงความเป็นมาทางประวัติของ
 ประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เห็นถึงความสวยงาม และความหลากหลายของ
 ทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีห้องน้ำ
 เพียงพอ และสะอาด ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 4 “ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต” ประกอบด้วย 5 ตัวแปร
 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .394 - .786 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading
 สูงที่สุดคือ ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี มีค่า Factor Loading เท่ากับ .786
 รองลงมาคือ ผู้คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี “ได้รับความคุ้มค้ำกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ได้รับ
 คำแนะนำการท่องเที่ยวที่ดี และคุณภาพ รสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย ตามลำดับ

องค์ประกอบที่ 5 “ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม” ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ค่า
 น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .630 - .762 ซึ่งตัวแปรที่มีค่า Factor Loading สูง
 ที่สุดคือ “ได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก มีค่า Factor Loading เท่ากับ .762

รองลงมาคือ รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ รำเหย่ย เป็นต้น ตามลำดับ

5.1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) โดยประเด็นรู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ($\bar{X} = 4.33$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ให้คนอื่นทราบ ($\bar{X} = 4.28$) ถัดมาอาจจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอีก ในโอกาสข้างหน้า ($\bar{X} = 4.27$) โดยรวมรู้สึกพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีครั้งนี้ ($\bar{X} = 4.25$) และรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.23$)

5.1.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยตั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยประสบการณ์ด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมมีความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 30.2 (Beta= .302) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความเป็นมิตรของผู้คน และวิถีชีวิต ร้อยละ 3.4 (Beta= .034) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว ร้อยละ 0.2 (Beta= .002) ความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ -10.8 (Beta= -.108) และความพึงพอใจต่อประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ร้อยละ -15.7 (Beta= -.157) ตามลำดับ

โดยสรุปปัจจัยด้านประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว และความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น น้ำตกไทรโยค น้ำตกเอราวัณ ถ้ำพุน้ำร้อน ทางรถไฟสายมรณะ เป็นต้น ประกอบกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในจังหวัดกาญจนบุรีคือ การล่องแพ เที่ยวน้ำตก ทางรถไฟสายมรณะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภาภรณ์ คนขยัน (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับความสนใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมสะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร น้ำตก (ไทรโยคน้อย, ไทรโยคใหญ่, ห้วยแม่ขมิ้น, อื่น ๆ) ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความไม่แน่ใจ ไม่รู้จัก และอาจไม่ได้เดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในครั้งแรกที่เดินทางมาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนจังหวัดกาญจนบุรีนั้น มีองค์ประกอบของปัจจัยแห่งความพึงพอใจ 21 ปัจจัย ความพึงพอใจที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรีในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถจัดแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

ด้านที่พักผ่อนและความสะดวกสบาย ด้านของที่ระลึก ด้านผู้คนในชุมชนและพนักงาน และด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม จากการวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่มีแบบหลายตัวแปร ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า ด้านผู้คนในชุมชนและพนักงาน ส่งผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านที่พักผ่อนและความสะดวกสบาย และด้านของที่ระลึก ตามลำดับ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว และแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และใกล้เคียงกับงานวิจัยของพระสมุห์จิระพงษ์ ระเบียบ (2557) พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ ข้อที่ 1 การหนีจากการงาน ชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ และความแออัดในเมือง และข้อที่ 2 ความคุ้มค่าของเงิน ค่าใช้จ่ายไม่มาก

5.2.2 จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ รู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี และรู้สึกว่าคุณค่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์ต้มอัญ ร้าเหยย เป็นต้น และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และจากการสกัดองค์ประกอบประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ Factor Analysis ได้ทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรการท่องเที่ยว ความเป็นมิตรของผู้คนและวิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวี บุนนาค และรณภพ เจริญบุญ (2559) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อคุณค่าและชื่อเสียงด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ กิจกรรมไต่เขา เดินป่า ล่องแพเป็ยก จั๊กกรยานเสือภูเขา โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และยังใกล้เคียงกับงานวิจัยของ หิรัณยหาค และกนกกานต์ แก้วนุช (2562) พบว่า กาญจนบุรี มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ มีวิถีชีวิตของชนเผ่าที่หลากหลาย โดยเฉพาะบริเวณแนวชายแดน การเปิดด่านชายแดนถาวรบ้านน้ำพุร้อน และการประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ความร่วมมือกันการเมืองระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลแห่งสหภาพพม่า เป็นองค์ประกอบสนับสนุนให้จังหวัดกาญจนบุรีมีโอกาสพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวชายแดน อาจเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เชิงบวกจากการท่องเที่ยวกาญจนบุรี

5.2.3 จากวัตถุประสงค์ข้อ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกตัดสินใจถูกต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี อาจเป็นเพราะจังหวัดกาญจนบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ เช่น น้ำตก ภูเขา ล่องแพ โบราณสถาน บ่อน้ำพุร้อน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หลายแห่ง มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ อภาภรณ์ คนขยัน (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับความสนใจที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมสะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร น้ำตก (ไทรโยคน้อย, ไทรโยคใหญ่, ห้วยแม่ขมิ้น, อื่น ๆ) ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความไม่แน่ใจ ไม่รู้จักและอาจไม่ได้เดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในครั้งแรกที่เดินทางมาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี ความพึงพอใจที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถจัดแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พักแรมและความสะดวกสบาย ด้านของที่ระลึก ด้านผู้คนในชุมชนและพนักงาน และด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

5.2.4 จากวัตถุประสงค์ข้อ 4 ปัจจัยประสบการณ์ด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ อติทยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุตตา (2557) พบว่า การรับรู้คุณค่าด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี การรับรู้คุณค่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

5.2.5 จากผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 และ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วรพรรณ สงัดศรี (2558) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขา จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์ เพราะประสบการณ์เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสจากความรู้สึก ประสาทสัมผัส ความคิด การลงมือปฏิบัติ และสภาพทางสังคม ตามที่ Schmitt (2000) ได้กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์แบ่งออกเป็น 5 ประเภทที่นักการตลาดสามารถสร้างให้กับลูกค้า ได้แก่ ประสบการณ์การรับสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคม

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีควรส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการได้พักผ่อน ผ่อนคลาย เช่น แช่น้ำพุร้อน นวด สปา เพื่อสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการในการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความร่มรื่น ได้สัมผัสความงดงามของธรรมชาติ สร้างบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรมให้มีความสงบ แวดล้อมด้วยธรรมชาติ เป็นต้น

โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในองค์ประกอบ “การพักผ่อนและประสบการณ์” มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น จัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย ที่สร้างความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจควบคู่ไปกับการศึกษาหาความรู้จากแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจี่จรรย์ชมธรรมชาติไปพร้อมกับการศึกษาระบบนิเวศ การพักโฮมสเตย์พร้อมกับการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนริมคลอง การศึกษาเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านจากฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น การทำเกษตรทฤษฎีใหม่ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมรณรงค์และสร้างความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาสภาพวิถีชุมชนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดกาญจนบุรี เช่น เทศบาล/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีความควบคุมด้านเสียงรบกวนภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่รบกวนนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ เช่น การฝึกอบรมความรู้ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การรณรงค์การลดการทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการบำรุงสถานที่เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความสวยงามและอุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังกาญจนบุรีส่วนใหญ่ต้องการเข้ามาชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพราะยังขึ้นชื่อในเรื่องของความคงอยู่ของธรรมชาติ การจัดการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นจึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น แจกแผ่นพับประวัติสถานที่นั้น ๆ บอกกล่าวถึงความสำคัญ ความเก่าแก่ ให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และช่วยกันรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามคงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ก็เป็นเรื่องสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ว่าเมื่อเดินทางมาแล้ว มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายตัวเลือก มาแล้วคุ้มค่าในการเดินทาง จะเป็นแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น

โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในองค์ประกอบ “การทำกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว” มากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรมในด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ควรมีการสำรวจ พัฒนา และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดูแลอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ให้อยู่ในสภาพดี สวยงามให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านรู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี และรู้สึกที่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรมีการจัดกิจกรรมระหว่างล่องแพ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดกาญจนบุรี มีมัคคุเทศก์อาสาของชุมชนแนะนำจังหวัดกาญจนบุรี ประเพณี และประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัวและเพื่อนระหว่างล่องแพ ชมธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นไปพร้อม ๆ กัน

โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในองค์ประกอบ “การทำกิจกรรมการท่องเที่ยว” มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีผู้ประกอบการและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว และควรเพิ่มการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนให้มากยิ่งขึ้น และมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพให้เด่นชัด เพื่อเสนอเป็นจุดหมายที่มีศักยภาพและได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง รวมทั้งการเตรียมการสำหรับรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วย

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเกี่ยวกับรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในระดับน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีควรสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ เช่น โครงการ “วันเดียวเที่ยวสนุก หรือ Family Fun One Day Trip” กิจกรรมพิเศษในเทศกาลหรือโอกาสต่าง ๆ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม สะอาด และปลอดภัย เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และองค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชน โดยจัดโครงการอบรมคนในชุมชนให้มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน เช่น โครงการยุวมัคคุเทศก์ โครงการอาสาสมัครนำเที่ยว เป็นต้น

5. ปัจจัยประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีควรให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายรูปแบบและสร้างความน่าสนใจและอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งในจังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติมากมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรอนุรักษ์อัตลักษณ์ที่โดดเด่นและกำหนดข้อปฏิบัติในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดเพื่อลดการทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม ในส่วนของวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมชาวมอญ วิถีชีวิตชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน เพื่อเกิดความรู้และความตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวในสื่อต่าง ๆ เช่น สารคดี รายการโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการนำเสนอความรู้และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้คนที่สนใจจังหวัดกาญจนบุรี

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี
2. ควรศึกษาการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. ควรศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในยุค New Normal เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
4. ควรศึกษาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และการปรับตัวทางการท่องเที่ยวในยุค New Normal เพื่อกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย ปี 2561-2562.

สืบค้น 2 พฤศจิกายน 2563, จาก

https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521

กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรม

นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง และคณะ. (2561). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่31 ฉบับที่ 1 กันยายน – ธันวาคม 2561.

เจตน์สถยภู์ สังขพันธ์ และคณะ. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิทยาการจัดการ, 33(1): 25-50

ณัฐริการ์ ปานมาศ. (2560). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชรณชนก เพชรานนท์. (2560). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. วารสารสุทธิปริทัศน์ 30(94),42-59.

บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. การวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

ปัทมิตา สัมหนักดี. (2550). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานและความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท บีแอนด์อีจำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พระสมุห์จิระพงษ์ ระเบียบ. (2557). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณหาดทรายวัดบ้านทอง (ท่าล้อ) อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. วิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 3(1): 82-93

- รัฐทิตยา หิรัณยหาค และกนกกานต์ แก้วนุช. (2562). ศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีในฐานะเมืองชายแดน. *วารสารชุมชนวิจัย* 13(2): 101-112
- วรพรรณ สัจด์ศรี. (2558). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิคเนีย มายอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริินทร์ คีรีเพชร และคณะ. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 36(1) : 87-98
- อติตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์* 6(1):114-123
- อัศวิน แสงพิกุล. (2552). การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อาณาเขต เอี่ยมสุเมธ. (2557). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาหมู่บ้านโปรตุเกส จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อาภาภรณ์ คนขยัน และเลิศพร ภาระสกุล. (2561). การศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการแนะนำจังหวัดกาญจนบุรีต่อผู้อื่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภาษาต่างประเทศ

- Bauer, R. A. (1960). *Consumer behavior as risk-taking*. In R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic Marketing for a Changing World* (pp. 389-398). Chicago: American Marketing Association.

- Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: principles, practices, philosophies* (10th ed.). Hoboken:Wiley.
- Higham, James ES. (2005). Sport tourism and sustainable destinations: foundations and pathways. *Journal of Sport & Tourism Volume 20*, 2016.
- Kwortnik, R. J. & Ross. W .T. (2007). "The Role of Positive Emotions in Experiential Decisions," *International Journal of Research in Marketing*, 24, 324-335.
- Lundberg, D. (1972). *The Tourist business Chicago: Institutions/Volume Feeding Management Magazine*.
- Maslow, Abraham. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Munar, A.M., & Jacobsen, J.K.S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46–54.
- Poulsson, S. H. G. & Kale, S. H. (2004) "The experience economy and commercial experiences." *The Marketing Review*, 4(3), 267-278.
- Sathye, M. (1999). Adoption of internet banking by Australian consumers: An empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 17, 324-334.
- Schmitt, N. Z. (2000). *Vocabulary : In Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shonk, D.J. & Chelladurai, P. (2008). Service Quality, Satisfaction, and Intent to Return in Event Sport Tourism. *Journal of Sport Management*, 22, 587-602.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 3 ประสบการณ์ที่ได้รับในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ
นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโทและสูงกว่า
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-30,000 บาท
 30,001-50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป
5. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี
 ครั้งแรก 1-2 ครั้ง
 มากกว่า 3 ครั้ง
6. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 อินเทอร์เน็ต เอกสารการท่องเที่ยว
 โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ การแนะนำของบุคคล
 สารคดีการท่องเที่ยว รายการโทรทัศน์
 อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) (เหตุผลที่ท่านเดินทางมาเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี)					
1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
2. ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตไทยในอดีตในเมืองจำลองย้อนยุค					

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. เพื่อสัมผัสความเป็นธรรมชาติของน้ำตกและถ้ำ					
4. ต้องการศึกษาร่องรอยสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2					
5. ต้องการผ่อนคลายความเครียด ความเหนื่อยล้าร่างกาย และจิตใจ					
6. เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ					
7. เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก					
8. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ					
9. เพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต					
10. เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีของครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					
11. ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อด้วยการแช่น้ำแร่					
12. ต้องการลองแพชมธรรมชาติที่สมบูรณ์					
ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)					
13. ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว					
14. ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว					
15. ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น					
16. ความหลากหลายของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว					
17. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
18. สิ่งอำนวยความสะดวกของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร เป็นต้น					
19. ความเหมาะสมคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
20. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
21. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว					
22. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
23. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ					
24. ความเหมาะสมของระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง					

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพที่ได้รับในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

ประสิทธิผลที่ได้รับในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับประสิทธิผลที่ได้รับจริง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ฉันได้เห็นถึงความสวยงาม และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ					
2. ฉันได้เห็นถึงความเป็นมาทางประวัติของประเทศไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2					
3. ฉันรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสะอาด และเป็นระเบียบ					
4. ฉันรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีห้องน้ำเพียงพอ และสะอาด					
5. ฉันได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี					
6. ฉันรู้สึกว่ามีคนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีดี					
7. ฉันรู้สึกว่าได้ได้รับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป					
8. ฉันรู้สึกว่าได้รับคำแนะนำการท่องเที่ยวที่ดี					
9. ฉันรู้สึกว่าคุณภาพรสชาติของอาหารเหมาะสมกับราคาที่จ่าย					
10. ฉันรู้สึกว่ามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในพื้นที่ท่องเที่ยว					
11. ฉันรู้สึกว่าการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว					
12. ฉันรู้สึกว่าการจองที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยว					
13. ฉันรู้สึกว่าการเดินทางมีความสะดวกสบาย					
14. ฉันรู้สึกสนุกสนานจากการล่องแพกาญจนบุรี					
15. ฉันได้เห็นถึงการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้างภายในท้องถิ่น					
16. ฉันรู้สึกถึงความมีเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น					

ประสบการณ์ที่ได้รับในการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับประสบการณ์ที่ได้รับจริง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
17. ฉันได้เห็นการบริการที่สุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ในสถานที่พักแรม					
18. ฉันรู้สึกว่าคุณค่าของที่ระลึกน่าสนใจ					
19. ฉันรู้สึกว่ามีกิจกรรมนันทนาการที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินถ้ำ เล่นน้ำตก เดินชมเมืองโบราณ เป็นต้น					
20. ฉันรู้สึกว่าคุณค่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เมืองบาดาลวัดวังแก้วเวภารามเก่า					
21. ฉันรู้สึกว่าคุณค่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีสำคัญของท้องถิ่น เช่น งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานสงกรานต์มอญ รำเหยียด เป็นต้น					
22. ฉันได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้และน้ำตก					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อที่คิดว่าใช่ที่สุดเพียง 1 ข้อ

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ฉันรู้สึกสนุกเพลิดเพลินกับประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
2. ฉันรู้สึกดีใจที่ต้องที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
3. ฉันอาจจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอีก ในโอกาสข้างหน้า					

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. ฉันจะบอกต่อเล่าเรื่องประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ให้คนอื่นทราบ					
5. โดยรวมฉันรู้สึกพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีครั้งนี้					



