

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อ
การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเต่า
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ศิวัช คงทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2565

MOTIVATIONS AND TOURIST ATTRACTION'S POTENTIALS INFLUENCING
THE REVISIT OF THAI TOURIST: A CASE STUDY OF KOH TAO,
SURAT THANI PROVINCE, THAILAND

SIWAT KONGTHONG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2022



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เสนอโดย นายศิวัช คงทอง

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(อาจารย์วุฒกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 14 เดือน มี.ค. พ.ศ. 2566

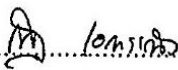
หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อผู้เขียน	ศิวัช คงทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ณัฐกรฤกษ์ เอภาวรรณัง
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเต่าตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจ และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 5 ส่วน ประกอบด้วย 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3. ความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 4. ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องแก้ไขด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และวิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยได้ประมวลผลการวิจัยครั้งนี้โดยใช้ SPSS Statistics Version 25.0 สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ทั้งนี้ยังนำสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกด้วย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31 ถึง 40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้าง รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย น้อยที่สุด คือ ว่างาน หรือไม่ได้ประกอบอาชีพ มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 30,001 ถึง 40,000 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ยังพบอีกว่า ระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจ

ในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ต่อมาระดับความคิดเห็นของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และสุดท้ายระดับความคิดเห็นของการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ 1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยหลักต้น 2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด 3. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และ 4. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะเต่า เพื่อต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติ ท้องทะเล เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ ชมความสวยงามของธรรมชาติ เป็นต้น ดังนั้นชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการอนุรักษ์อัตลักษณ์เหล่านี้ให้คงอยู่ รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือการมีกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว, การกลับมาเยือนซ้ำ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, เกาะเต่า, สุราษฎร์ธานี

..........

อาจารย์ที่ปรึกษา

Thesis Title	MOTIVATIONS AND TOURIST ATTRACTION' S POTENTIALS INFLUENCING THE REVISIT OF THAI TOURIST: A CASE STUDY OF KOH TAO, SURAT THANI PROVINCE, THAILAND
Author	Siwat Kongthong
Thesis Advisor	Dr. Nuttakrit Eakwannang
Program	Master of Arts (Tourism Management)
Academic Year	2022

ABSTRACT

The aims of this study were 1) to examine the motivations of Thai tourists for visiting Koh Tao, Surat Thani Province, 2) to evaluate the potential of tourist attractions on Koh Tao according to the perceptions of Thai tourists who visit the area, and 3) to analyze the impact of motivations and tourist attraction potential on the repeat visits of Thai tourists to Koh Tao, Surat Thani Province. The research employed a survey method, using a questionnaire consisting of five sections, including: 1) general information about the respondents, 2) motivations to visit Koh Tao, 3) opinions on the tourist potential of Koh Tao, 4) impressions and repeat visits to Koh Tao, and 5) suggestions for improving tourist attractions. Data were collected from 400 Thai tourists visiting Koh Tao, Surat Thani Province, using non-probability sampling through a convenience sampling method. The data were analyzed using SPSS Statistics Version 25.0, with descriptive statistics such as mean, frequency, percentage, and standard deviation, as well as multiple regression analysis at a statistical significance level of 0.05

The research with a sample of 400 tourists revealed that the majority of respondents were females, aged between 21 and 30 years or 31 to 40 years, and worked in a private company or engaged in a private business or trade. The least of the percentage were unemployed or not working. Most respondents were single, with the highest income bracket being over 40,001 Baht, followed by those earning between 30,001 and 40,000 Baht, and the least earning less than 10,000 Baht. The respondents' opinions on the potential of tourist attractions were high, and their willingness to return for repeat visits was also high. The four main factors that influenced the repeat visits of Thai tourists included 1) motivation for tourism, 2) attraction factors, 3) the potential of tourism attractions in tourism attractions, and

4) the potential of tourist attractions in terms of activities and processes. However, the primary motivation for tourists traveling to Koh Tao was a desire to be close to the nature and the engagement in activities such as swimming, boating, and enjoying the natural beauty of the area. Therefore, it is important for communities and relevant agencies to work together to preserve these characteristics and support sustainable tourism through enhancing a positive image and implementing supportive activities.

Keywords: Tourism incentives, Tourist attraction potential, Repeat visits, Thai tourists, Koh Tao, Surat Thani


.....
ADVISOR

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือ ความเมตตา และคำแนะนำอย่างดีจาก ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้ให้คำปรึกษา และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยจนสำเร็จ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล ที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาทั้งในฐานะคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์ และ ดร.ยุวรี โชคสวนทรัพย์ ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง กรรมการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิสอบจบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการเสนอวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณ พี่ ๆ เพื่อน ๆ นักศึกษาที่คอยช่วยเหลือ และให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยและประชาชนในพื้นที่ศึกษาที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี เป็นประโยชน์ในการวิจัย และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่เป็นกำลังใจ ที่คอยผลักดัน และให้การสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด

ศิวัช คงทอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 นิยามคำศัพท์.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ.....	17
2.5 ข้อมูลของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	32
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	42
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	47
4.3 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	48
4.4 ผลการวิเคราะห์ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว	55
4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว.....	57
ชาวไทย	
4.6 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของ.....	58
นักท่องเที่ยวชาวไทย	
4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	62
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	71
5.3 การอภิปรายผล	72
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	73
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้เขียน	87

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จำนวนครัวเรือนและประชากรในพื้นที่ตำบลเกาะเต่า	21
2.2 สรุปตัวแปรต้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	32
2.3 สรุปตัวแปรต้น ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	34
2.4 สรุปตัวแปรตามความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า	36
3.1 ค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบค่า IOC.....	41
4.1 ความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	45
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการมาท่องเที่ยวของ..... นักท่องเที่ยวชาวไทย	47
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยวของ..... นักท่องเที่ยวชาวไทย	48
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่าจังหวัด..... สุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม	49
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ..... ในการท่องเที่ยว	50
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว..... ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	51
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว..... ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	52
4.8. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว..... ด้านกิจกรรม และกระบวนการ	53
4.9. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว..... ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม	54
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว..... ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	55
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำ..... ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	56
4.12 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว..... ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว..... ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	59
4.14 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล..... ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย	63
4.15 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว..... ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพแสดงสถานที่ตั้งเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี	4
2.1 ภาพแสดงลักษณะภูมิประเทศเกาะเต่า	20
2.2 ภาพแสดงอาณาเขตของเกาะเต่าและขอบเขตของหมู่บ้าน	22
2.3 ภาพแสดงถนนบนเกาะเต่า	23
2.4 ภาพแสดงสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดรอบเกาะเต่า	25
2.5 ภาพแสดงจุดดำน้ำตื้นและจุดดำน้ำลึกบริเวณรอบเกาะเต่า	27
2.6 ภาพแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	37
4.1 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์ความมอดถอยแบบพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว.....	61
และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี	

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ขยับขึ้นนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แม้ปัจจุบันประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) แต่การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นก็ยังคงเติบโตขึ้นอย่างเป็นที่น่าพอใจ ในแง่ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในระดับโลกและได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติหลายรางวัล เช่น Best In Travel Poll 2016 Travel Leisure India's Best Awards 2018 จุดหมายยอดเยี่ยมต่างประเทศประจำปี 2019 และอื่น ๆ อีกมากมาย (กองบรรณาธิการไทยรัฐออนไลน์, 2562) อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติแม้จะยังมีศักยภาพที่รอการพัฒนาอยู่หลาย ๆ ด้านก็ตาม

ทั้งนี้ประเทศไทยนั้น มีลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ประกอบด้วย ฝืนแผ่นดิน และเกาะต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งประเทศไทยนั้นยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น ภูเก็ต เกาะลันตา เกาะพีพี หมู่เกาะสิมิลัน เกาะพะงัน เกาะสมุย รวมถึงเกาะเต่า เป็นต้น จึงมีศักยภาพโดดเด่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก (World Cass) โดยมีจุดขายการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยม คือ หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ดำน้ำ ปีนผา เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวต่างกัน ในแง่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถ้าเราทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะส่งผลไปในทางบวก จะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น และทำให้มีรายได้เข้ามาในประเทศเพิ่มมากขึ้น (วาสนา สุวรรณจิตร, 2564, น. 145)

เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ยังถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีชื่อเสียงด้านดำน้ำที่ลึกที่สุดและมีโรงเรียนสอนดำน้ำมากเป็นอันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้เกาะเต่า มีแนวปะการังที่สวยงามตลอดชายฝั่งของเกาะ ทำให้เกาะเต่ามีชื่อเสียง จนทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลมาท่องเที่ยวเกาะเต่า อยู่เสมอ จากการศึกษา พบว่า มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมา เกาะเต่า จำนวน 579,897 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 97,031 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ข้อมูลดังกล่าวนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่า เกาะเต่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้จำนวนไม่น้อย แต่ปัจจุบันเกาะเต่าประสบปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่า ส่วนใหญ่นั้นได้เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่

เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จากแต่เดิมนั้นผู้ประกอบการรับมือกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าส่วนใหญ่ประสบปัญหา คือ ไม่สามารถรับมือกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ (ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าลดราคาโรงแรมที่พัก, 2564) จึงทำให้ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าต้องใช้กลยุทธ์การลดราคาโรงแรม ที่พัก และบริการลงมากกว่าร้อยละ 70 เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยจองที่พักภายในเกาะเต่า ไม่ต่ำกว่า 10,000 การจอง คิดเป็นเงินสะพัดกว่า 50 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การลดราคาลงเป็นจำนวนมากนั้นอาจจะส่งผลเสียในระยะยาว นอกจากนั้นการเดินทางมายังเกาะเต่ายังมีข้อกำหนด คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยรวมถึงชาวต่างชาติ ต้องรับวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัส โควิด-19 ครบทั้ง 2 โดส จึงจะสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่าได้

แม้ว่าเกาะเต่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงามของแนวปะการัง มีธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่เกาะเต่านี้ยังมีปัญหาด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ภายในเกาะเต่าอีกหลาย ๆ ด้าน เช่น 1) ด้านผู้ให้บริการด้านที่พัก ร้านอาหารควรปรับปรุงราคาและคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐาน ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาที่เป็นมาตรฐานไม่แพงจนเกินไป 2) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในส่วนของภาคบริการยังขาดทักษะความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) ขาดการประสานงานบูรณาการระหว่างหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการในพื้นที่ และ 4) โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ (งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า, 2560) รวมไปถึงควรมี นโยบายในการพัฒนาโดยสร้างระบบข้อมูลให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และการพัฒนาคุณภาพสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพัฒนาระบบคมนาคมของไทย และทางเลือกการเดินทางที่ควรเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาศักยภาพของแหล่งเที่ยวนั้นจะเป็นตัวช่วยในการเพิ่มแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งเที่ยวนั้น ยังส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับต่อมา การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักเที่ยวนั้นเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมายังเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกิดความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของเกาะ นักท่องเที่ยวพึงพอใจการให้บริการจึงกลับมาท่องเที่ยวในที่เดิมอีกครั้ง

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่า เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังขาดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทำให้ภาพลักษณ์ของเกาะเต่านี้ดูแย่อย่างยิ่ง ดังนั้น เราควรเร่งพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาธรรมชาติที่สวยงาม และเพิ่มความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลของการวิจัยจะช่วยสนับสนุนให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ข้อมูลว่า ศักยภาพของการท่องเที่ยวของเกาะเต่า นั้น มีมากน้อยเพียงใด มีศักยภาพด้านใดบ้างที่ต้องปรับปรุง นอกจากนี้ประชาชนมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวอย่างไร แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยคืออะไร และปัจจัยใดที่ให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.2 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเต่า ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

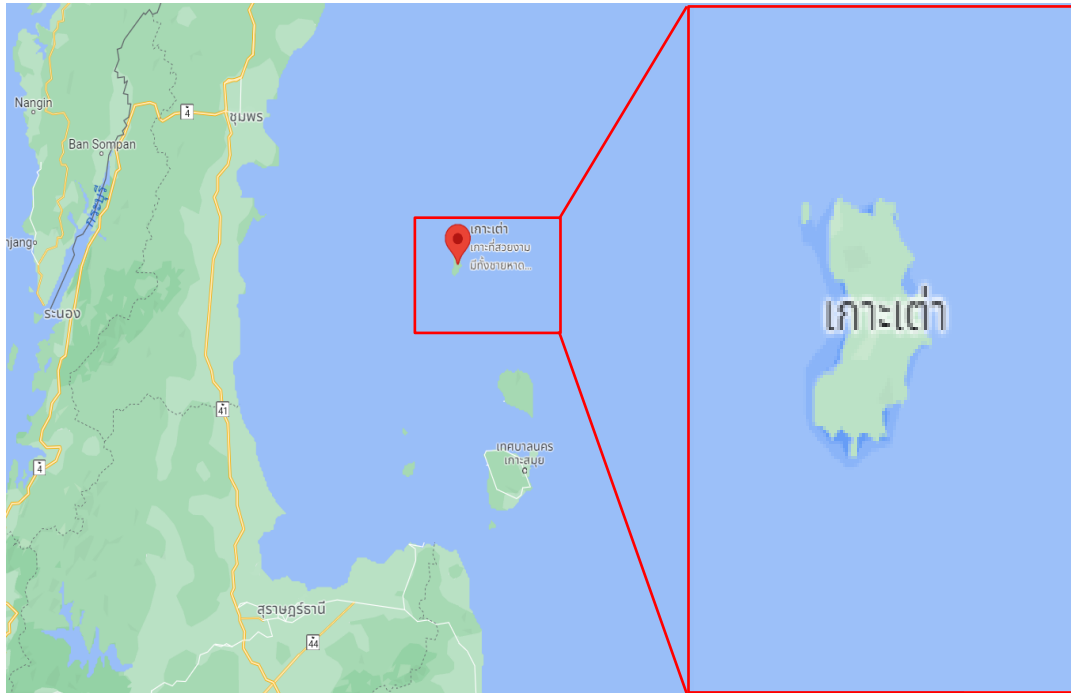
ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการกลับมาเยือนซ้ำ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 1. แรงจูงใจผลักดัน
 2. แรงจูงใจดึงดูด
2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว
 2. ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 3. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 4. ศักยภาพด้านกิจกรรม และกระบวนการ
 5. ศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม
 6. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า พิจารณาจาก
 1. ความประทับใจในการมาเยือนเกาะเต่า
 2. ความต้องการแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า

3. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

พื้นที่การศึกษา ได้แก่ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังแสดงที่ตั่งตงภาพ



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงสถานที่ตั้งเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/เกาะเต่า/>

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว และประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว โดยไม่ได้มาประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565

1.5 นิยามคำศัพท์

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือเคยเดินทางมาท่องเที่ยวภายในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction's Potentials) หมายถึง ความสามารถ หรือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว นั้น และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

แรงจูงใจ (Motivations) หมายถึง ปัจจัยที่กระตุ้นให้ตัวนักท่องเที่ยวแสวงหา และออกเดินทาง ไปท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเอง

การกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความคิดที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยัง แหล่งท่องเที่ยว นั้นอีกครั้ง และยังแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์ของการท่องเที่ยวครั้งก่อนที่ นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยว

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.6.2 ผลของการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานหรือผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และยังมีประสิทธิภาพอย่างเหมาะสม

1.6.3 เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกับเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้เกิดประสิทธิภาพ และตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวได้

1.6.4 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาแก่ผู้ที่สนใจศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้นำไปศึกษาต่อยอดให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาและรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบ และสนับสนุนให้ งานวิจัยมีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
- 2.5 ข้อมูลของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของ แรงจูงใจ ไว้ดังนี้

Berelson and Steiner (1964) ให้ความหมายกับคำว่า “แรงจูงใจ” ไว้ว่า แรงจูงใจเป็นสภาพภายใน เป็นสิ่งกระตุ้นที่ก่อให้เกิดพลังที่จะกำหนดให้การกระทำของมนุษย์ดำเนินไปในทางที่จะให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

Beach (1965) กล่าวว่า การจูงใจเป็นการทำให้บุคคลเต็มใจที่จะใช้พลังงานที่มีในตัวเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ศิริพร จันทศรี (2550) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งต่าง ๆ ที่มา กระตุ้นหรือชักนำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หรือเพื่อให้ได้มาซึ่งที่ตนเองต้องการ แรงจูงใจจะมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก บุคคลที่มีแรงจูงใจภายในจะมีความสุขในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพราะมีความพึงพอใจโดยตัวของเขาเองไม่ได้หวังรางวัลหรือคำชม ส่วนบุคคลที่มีแรงจูงใจภายนอกจะทำอะไรต้องได้รับการยอมรับจากผู้อื่นหวังรางวัลหรือผลตอบแทน

กานดา คำมาก (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง พฤติกรรมที่สะท้อนถึงความต้องการจากภายในของส่วนบุคคล (Intrinsic) ที่แสดงออกมาสู่ภายนอก (Extrinsic) เมื่อได้รับแรงกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อจุดประสงค์ที่องค์กรหรือตนเองต้องการแต่แรงจูงใจไม่ได้กล่าวถึงเพียง มุมมองเดียวแต่ยังครอบคลุมถึงการแสดงออกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของตน (Needs) ผสมกับแรงขับภายในร่างกาย (Drives) โดยมี

ความปรารถนา (Desires) เป็นเป้าหมายที่จะตอบสนองความต้องการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสำเร็จนั้นเป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่ หากใช้ก็จะแสดงออกและทุ่มเทถึงความสามารถของคนที่มียู่ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนเองต้องการ

เพลินพิศ วิบูลย์กุล (2558) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ พลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้แรงจูงใจประกอบด้วย

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives) เป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการสิ่งต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงาน มองว่าองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ กระทำการต่าง ๆ ในองค์การเจริญก้าวหน้า หรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจขาลง องค์การจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุน ไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทน แต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกันทั้งเจ้าของกิจการและพนักงาน ต่างร่วมกันค้าขายอาหารเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั้งประเภทแซนวิช ก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ เพียงเพื่อให้มีรายได้ประทังกันไปทั้งผู้บริหารและลูกน้อง และในภาวะดังกล่าวนี้จะเห็นว่าพนักงานหลายรายที่ไม่ทิ้งเจ้านาย ทั้งเต็มใจ ไปทำงานวันหยุดโดยไม่มีค่าตอบแทน ถ้าการกระทำดังกล่าวเป็นไปโดยความรู้สึก หรือเจตคติที่ดีต่อเจ้าของกิจการ หรือด้วยความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกคนหนึ่งขององค์การ มิใช่เพราะเกรงจะถูกไล่ออกหรือไม่มีที่ไป ก็กล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives) เป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับ ยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับการยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น การที่คนงานทำงานเพียงเพื่อแลกกับค่าตอบแทน หรือเงินเดือน การแสดงความขยันตั้งใจทำงานเพียงเพื่อให้หัวหน้างานมองเห็นแล้วได้ความดีความชอบ เป็นต้น

แรงจูงใจ นั้นเป็นสิ่งที่ควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ ที่เกิดจากความต้องการ หรือความปรารถนาที่จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ อาจเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ การจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ซึ่งภายใน ได้แก่ ความรู้สึกขาดหรือต้องการอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลัง ชักจูงหรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอก ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่นำมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งการจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม จากสิ่งเร้าอื่น ๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพ

บรรยากาศที่เป็นมิตร การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ในเรื่องของการท่องเที่ยว นักวิชาการหลายท่าน ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจที่แตกต่างกันและให้คำจำกัดความหรือความหมายกับคำว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

แสงเดือน รตินธร (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivations) คือ สิ่งกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่ง ๆ สมัยก่อนผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขต หรือดินแดน และการไปจาริกแสวงบุญ ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลีกหนีจากวิถีชีวิตเดิม ๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐานคือ

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการ ในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ และอื่น ๆ

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) เป็นแรงจูงใจที่มาผลักดันให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่

- 1.1 ความต้องการจะหลีกหนีความจำเจในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันการใช้ชีวิตของคนโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในเมืองใหญ่ การดำเนินชีวิตจะมีความเร่งรีบ สับสน วุ่นวายอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย หรือความเครียด เกิดความต้องการที่จะหลีกหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน ออกไปเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม เป็นต้น

- 1.2 ต้องการเปิดโลกทัศน์ การท่องเที่ยวจะช่วยให้โลกทัศน์ของคนให้กว้างขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสกับความแปลกใหม่ในสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน ทำให้มีโอกาสได้ค้นพบว่าตัวเอง มีความชอบ ความต้องการหรือเป้าหมายในการดำเนินชีวิต อย่างไร

1.3 ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการผ่อนคลายเครียดความเหนื่อยล้าจากการทำงานมาตลอดระยะเวลาหนึ่ง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหาความสงบ

1.4 ต้องการสร้างเกียรติภูมิให้ตนเอง การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีให้กับตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกที่ว่าเป็นคนมีประสบการณ์ มีสถานภาพและมีวิสัยทัศน์สูงกว่าคนทั่วไป

1.5 ต้องการทำในสิ่งที่ท้าทาย บางครั้งการท่องเที่ยวก็เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะนักท่องเที่ยวจะต้องมีความกล้าในการตัดสินใจ เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ห่างไกลความเจริญ จะต้องมีการค้างคืนในสถานที่ตนเองไม่คุ้นเคย หรือไม่แน่ใจในความปลอดภัยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความกล้าทำในสิ่งที่ท้าทาย

1.6 ต้องการผจญภัย มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ชอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะผจญภัย เป็นการแสดงออกถึงความแข็งแรงอดทน เป็นคนกล้าเป็นลูกผู้ชายเป็นการประกาศถึงชัยชนะ เป็นต้น

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull factor) เป็นแรงจูงใจที่ดึงดูดให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่

2.1 ความสวยงามของทิวทัศน์ ทิวทัศน์ที่เกิดจากธรรมชาติและทิวทัศน์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ถ้ามีความสวยงามก็สามารถดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวได้

2.2 สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนเดินทางมา เพราะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพราะต้องการเรียนรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีตของแหล่งท่องเที่ยวว่าประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างไร

2.3 กิจกรรมด้านกีฬา ปัจจุบันการกีฬานับเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญให้คนเดินทางท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะได้ชมกีฬาแล้วยังได้ท่องเที่ยวอีกด้วย

เลิศพร ภาระสกุล (2560) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวถ้าปราศจากแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว โดยได้แยกแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. แรงจูงใจปัจจัยหลัก ได้แก่ แรงจูงใจในการต้องการบรรลุความปรารถนาและเกียรติภูมิ แรงจูงใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมและสิ่งแปลกใหม่ แรงจูงใจส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเสริมสร้างสัมพันธภาพในครอบครัวและความปลอดภัย และแรงจูงใจในการหลีกเลี่ยงความจำเจและพักผ่อนหย่อนใจ และ 2. แรงจูงใจปัจจัยดึง ได้แก่ แรงจูงใจของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งซื้อของ ความเป็นมิตร แรงจูงใจของความปลอดภัย และค่าใช้จ่ายถูก แรงจูงใจของภาพลักษณ์ แรงจูงใจของสินค้าของที่ระลึก กิจกรรมผจญภัย และแรงจูงใจของวัฒนธรรมชนบท แหล่งประวัติศาสตร์ หาดทราย เป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นคือ ปัจจัยที่กระตุ้นให้ตัวนักท่องเที่ยว แสวงหาและออกเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเอง ประกอบด้วย แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน (Push factor) และ แรงจูงใจปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)

2.1.3 ประโยชน์ของการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ประโยชน์การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น ทำให้ทราบและเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจจะทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยมีนักวิชาการได้บอกถึงประโยชน์ของการศึกษาแรงจูงใจ ไว้ดังนี้

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) และ อรพินทร์ ชูชม (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นรากฐานที่สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากแรงจูงใจจะเกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการบุคคลและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งหมด ฉะนั้นประโยชน์ของการศึกษาเรื่องแรงจูงใจนั้นมีดังนี้

1. จะทำให้ให้เราได้เข้าใจถึงธรรมชาติของนักท่องเที่ยวได้
2. สามารถช่วยอธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรมและพยากรณ์พฤติกรรมของบุคคลได้
3. อะไรเป็นสิ่งที่จูงใจทำให้คนมุ่งมั่นที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น

และ วรณวีร์ บุญคุ้ม (2560) ยังกล่าวว่า หากศึกษาเรื่องแรงจูงใจอย่างลึกซึ้งก็จะได้คำตอบ และสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนาสินค้าและการบริการให้ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ได้รู้จัก และเข้าใจพฤติกรรมทางสังคม อาทิ ความชอบ ความสนใจ การแสดงออกทางท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหว คำพูดมารยาท และลักษณะนิสัยบางอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เป็นตลาดหลักของไทยและเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การทราบถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถช่วยอธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรมว่า ทำไมคนถึงมีพฤติกรรมเช่นนี้ อะไรเป็นสิ่งที่จูงใจทำให้คนมุ่งมั่นที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น และสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของศักยภาพ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของ ศักยภาพ ไว้ดังนี้

อิสระพงษ์ พลธานี และ อุมพร บุญเพชรแก้ว (2561) ได้ให้ความหมายของศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมในสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการ ทั้งการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาและการปรับปรุง ความพร้อมในด้านคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของทรัพยากรในการให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมชม

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝงอำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนา หรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้

วิภา ศรีระทุ (2551) ให้คำจำกัดความของคำว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

Longman (1987) ได้ให้ความหมายของคำว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังความสามารถของบุคคลหรือสิ่งของที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในตน หากมีการกระตุ้นจากบุคคลหรือสิ่งแวดล้อม จะสามารถแสดงพลังหรือความสามารถที่มีอยู่ออกมาใช้ได้ หรือยับยั้งพลังที่มีอยู่มิให้บังเกิดขึ้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการจัดการ ทั้งการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาและการปรับปรุง เป็นสิ่งที่เราสามารถมองเห็นได้ และแต่ละสิ่งนั้นมีศักยภาพหรือความสำคัญในตัวเองแตกต่างกัน

2.2.2 องค์ประกอบของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ในเรื่องของ องค์ประกอบของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดหรือข้อควรพิจารณา และองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ดังนี้

วิภา ศรีระทุ (2551) กล่าวว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ว่าสมควรปรับปรุง หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดก่อนเป็นอันดับแรก โดยได้เสนอหลักเกณฑ์พิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะพิจารณาจาก 6 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางความเชื่อ ลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต เป็นต้น
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางลักษณะการเดินทางใช้วิธีใด ระยะทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดในด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านการบริการ ระบบสาธารณูปโภค และปัญหาในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน คือ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว

ในขณะที่ จารุจน์ กลิ่นดีปสี (2541) กล่าวว่า หลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน

1. ด้านพื้นที่ ประกอบด้วย การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านการจัดการ ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวน

นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ประกอบด้วย การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ส่วน ศิริจรรยา ประพุดติกิจ (2553) และ จุฑามาศ ไชยสร (2536) กำหนดว่าเกณฑ์บ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยจุดใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาได้จากสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยมาเทียบกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการความสงบ ความสนุกสนาน ความต้องการหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจุดใจสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจุดด้านธรรมชาติ ปัจจัยจุดด้านประวัติศาสตร์และศาสนา และปัจจัยด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคม ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ด้านที่พักและอาหาร ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม จะต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา การกำจัดขยะ และการสื่อสารโทรคมนาคม เป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถ หรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยมีองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ด้าน คือ 1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว 2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ 5. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม 6. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.2.3 การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้นทำได้ด้วยกันหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีนั้นมีข้อดีและข้อเสียต่างกันไป ซึ่งการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีด้วยกัน 3 วิธี (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2551) คือ

1. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีการสำรวจระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเกี่ยวกับเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลตามที่คุณจัดทำแบบสอบถามต้องการอยากจะทราบ ข้อดี คือ การรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว แต่ใช้ปริมาณมาก แบบสอบถามนั้นผู้ตอบจะตอบอย่างสะดวกใจมากกว่าการสัมภาษณ์ มีความยืดหยุ่นของข้อมูลน้อย ส่วนข้อเสียนั้น คือ คนบางคนมีความลำเอียงในการตอบแบบสอบถามเนื่องจากได้แบบสอบถามซ้ำ หรือไม่อยากทำแบบสอบถาม จึงไม่อยากตอบ หรือตอบไม่ตรงความจริง

2. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการถามเจาะลึกข้อมูลที่คุณสัมภาษณ์ต้องการคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน การถามนอกจากจะให้อธิบายแล้วจะต้องถามถึงเหตุผลด้วย ข้อดีของการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ผู้สัมภาษณ์จะได้ข้อมูลอย่างละเอียดและลึกตามหัวข้อเฉพาะที่ต้องการ เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงถ้ามีความเข้าใจผิดก็สามารถแก้ไขได้ทันที และขณะที่ทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยสามารถใช้วิธีการสังเกตไปด้วยได้ว่าผู้ตอบมีความจริงใจกับการตอบหรือไม่ ข้อเสียของการสัมภาษณ์เชิงลึก ขึ้นอยู่กับสภาพทางอารมณ์ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการบิดเบือนได้ และการสัมภาษณ์บางครั้งขึ้นอยู่กับความคิดเห็นทันทีทันใดและความจำของผู้ถูกสัมภาษณ์ ทำให้ ข้อมูลอาจผิดพลาดได้ การสัมภาษณ์แบบนี้ จะใช้ได้ดีกับการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล เจตคติ ความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยม บุคลิกภาพในลักษณะต่าง ๆ

3. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีการลงพื้นที่สำรวจโดยมีผู้เชี่ยวชาญในการลงพื้นที่สำรวจ ด้วยแบบประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประเมินที่อาศัยทักษะความเชี่ยวชาญของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับการฝึกฝนหรือ มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ทำการประเมิน โดยเฉพาะข้อดี คือ ให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ใช้เวลาในการดำเนินการไม่มาก ข้อเสีย คือ ค่าใช้จ่ายสูง มีความเสี่ยงต่อการเกิดความลำเอียงได้

2.2.4 ประโยชน์ของการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ในเรื่องของประโยชน์ของการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ดังนี้

ชนิสรา นิยมราษฎร์ (2560) กล่าวว่า ประโยชน์ของการประเมินศักยภาพของแหล่งเที่ยวนั้น ทำเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการศึกษาทรัพยากรที่มีอยู่ในแหล่งเที่ยวนั้น ก่อนที่จะวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใด ๆ เพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ

ทัชชญา ทรงอิทธิสุข (2560) กล่าวว่า ประโยชน์ของการประเมินศักยภาพของแหล่งเที่ยวนั้น ทำเพื่อให้ทราบถึงความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และปัญหาของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน เพื่อพัฒนาแหล่งเที่ยวนั้น ๆ ให้มีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ประโยชน์ของการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นทำให้ทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละด้าน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่จริง เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่รูปแบบหนึ่งที่หน่วยงานและนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (2564) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน วัฒนธรรมนิยม ประเพณี และวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อปกป้อง สงวนรักษา และพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้อนุชนคนรุ่นหลัง ซึ่งต้องปลูกจิตสำนึกให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งนักท่องเที่ยว คนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีรูปแบบการท่องเที่ยวหลายแบบที่มุ่งส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเชิงชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หรือแม้แต่ต้นนโยบายรัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่น ที่ดูแลรักษาสีงแวดล้อม หรือกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

World Tourism Organization (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันก็มีการปกป้องและรักษาให้ดำรงไว้จนปัจจุบันไปสู่อนาคต

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่าง ไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุุดอย่างยั่งยืน

เลิศพร ภาระสกุล (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตระหนักถึง ความสำคัญของผู้คนในชุมชนหรือท้องถิ่น การดูแลเอาใจใส่ในสวัสดิการของผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และความต้องการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่กระทบต่อชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อประโยชน์ของชุมชนที่รองรับนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่ออนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว โดยมีการบริการที่มีคุณภาพและชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ของชุมชนทุกส่วน และยังคงมีการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด และคุ้มค่า มีการจัดการที่ไม่กระทบต่อธรรมชาติ ชุมชน วัฒนธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต เพื่อให้มีความยั่งยืนไปสู่อนาคต และยังคงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ เน้นให้เห็นคุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2.3.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุซาวตี พูลพิพัฒน์, 2545)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์ที่น่าทึ่งที่ตีให้แก่นักท่องเที่ยว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ที่น่าทึ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในขณะที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีลักษณะที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อคนภายในชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมภายในท้องถิ่น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ให้คุณภาพที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ที่น่าทึ่งของนักท่องเที่ยว และชีวิตของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสร้างความสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2.3.3 การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Anurak aimserak (2554) กล่าวว่า หลักการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable)
2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดการก่อของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste)
3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Maintain Diversity)
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning)

5. ต้องการนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local)

ในขณะที่ Eber (1992) กล่าวว่า หลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย 10 ประการ ดังนี้

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainable) ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing over-consumption and waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning) ต้องมีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting local economy) ต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting stakeholders and the public) ต้องมีการประสานกับประชาชนในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. การพัฒนาบุคลากร (Training staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing tourism responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวโดยจะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอโดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรงการสอบถามเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด และจำเป็นต้องมีการหมุนเวียนทรัพยากรและอนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุดและเกิดประโยชน์สูงสุด และต้องเกิดผลต่อการขยายฐานเศรษฐกิจ กระจายรายได้ไปสู่ชุมชน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวนั้นเกิดจากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดในเรื่องของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ไว้ดังนี้

พรพิมล ลอแท และ มนตรี พิริยะกุล (2562) กล่าวว่า การกลับมาเยือนซ้ำเป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยว และเกิดความประทับใจ โดยการแสดงความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการมีทัศนคติทางด้านบวกซึ่งเกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว ความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดการสะสมประสบการณ์มาเป็นระยะเวลาจนเกิดเป็นความประทับใจและผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น และความภักดีนี้จะยังคงอยู่ในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวไปตลอด โดยความภักดีของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 สิ่ง ดังนี้

1. การท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการแสดงถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่เข้ามาแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้งซึ่งเกิดจาก ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หรือการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยว รวมถึงเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวนั้นจนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวและมีแนวโน้มที่จะเข้ามาท่องเที่ยวอีก หรือเมื่อต้องการท่องเที่ยวก็จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นอันดับแรก

2. การแนะนำและบอกต่อเป็นการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมถึงเล่าความประทับใจทางบวก เช่น สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพและการบริการที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเป็นความรู้สึกไม่หวั่นไหวของนักท่องเที่ยวต่อการขึ้นราคาค่าบริการ เช่น ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ค่าผ่านทางเพื่อเข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ค่าเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะยอมจ่ายมากขึ้นเพื่อให้ได้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

Bywater (1993) กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อเดินทางไปเที่ยวที่ใดที่หนึ่งแล้ว เกิดความประทับใจแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวพึงพอใจบริการจึงกลับมาท่องเที่ยวในที่เดิม การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอาจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและมีเหตุผลในการมาเยือนสถานที่รู้จักในแหล่งท่องเที่ยว นั้นเป็นอย่างดี และได้แบ่งนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culturally Motivated) เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวซ้ำโดยมีแรงกระตุ้นจากวัฒนธรรม
2. นักท่องเที่ยวตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally Inspired) เป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีแรงกระตุ้นจากศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. นักท่องเที่ยวตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (Culturally Attracted) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางเพื่อทำกิจกรรมในพื้นที่

นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำหรือไม่กลับมาเที่ยวซ้ำนั้นอาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่น ๆ ด้วย จากการศึกษาของ ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2548) กล่าวว่า การที่นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ แสดงให้เห็นพฤติกรรมความพึงพอใจในประสบการณ์ของการท่องเที่ยวครั้งก่อน ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวที่เต็มใจกลับไปท่องเที่ยวสถานที่เดิมจะมีพฤติกรรมแนะนำกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักให้ไปสถานที่แห่งนั้นอีก โดยได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่ม Latent เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสถานที่ท่องเที่ยว แต่จะไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อาจเนื่องจากสถานที่แห่งนั้นเป็นประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตที่ไม่จูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับไปท่องเที่ยวได้อีก
2. กลุ่ม High นักท่องเที่ยวที่พอใจแหล่งท่องเที่ยวสูง และกลับไปท่องเที่ยวซ้ำอีกเสมอ
3. กลุ่ม Low นักท่องเที่ยวที่ไม่พึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว หรือจงรักภักดีแหล่งท่องเที่ยวระดับต่ำ
4. กลุ่ม Spurious เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับไปท่องเที่ยวที่เดิมแต่มีเหตุผลเหนือกว่าความพึงพอใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีเหตุผลอื่น ๆ ในการเดินทาง

กวินธิดา ลอยมา (2563) กล่าวว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเรียกอีกอย่างว่า ความภักดี นักท่องเที่ยวที่มีความภักดี นั้นจะมีการแนะนำผู้อื่นโดยการบอกแบบปากต่อปากให้กับเพื่อนหรือสมาชิกใน

ครอบครัว การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นยังเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวและเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนการแข่งขันภายในตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งประโยชน์ของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นมีดังนี้

1. ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการแสวงหากลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่
2. ช่วยทำนายพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
3. ช่วยประเมินศักยภาพและความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อเดินทางไปเที่ยวที่ใดที่หนึ่งแล้ว เกิดความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวจึงกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิม ซึ่งสามารถเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดีและสามารถแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวได้ และการท่องเที่ยวซ้ำนั้นยังมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีฐานนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและยังประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย

2.5 ข้อมูลของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.5.1 ประวัติความเป็นมา

เกาะเต่าเป็นเกาะเล็ก ๆ กลางอ่าวไทยห่างไกลจากผืนแผ่นดินใหญ่อยู่ในกลุ่มของเกาะสมุย เกาะพะงัน ในอดีตกรมราชทัณฑ์ใช้เป็นที่ตั้งเรือนจำกักขังนักโทษทางการเมือง หรือที่เรียกว่า กบฏบวรเดช ในสมัยการปกครองของคณะราษฎรก่อนปี 2476 กรมราชทัณฑ์ได้นำส่งขึ้นทะเบียนที่ราชพัสดุไว้เมื่อปี พ.ศ. 2478 หมายเลขทะเบียน แปลงเลขที่ 34 เกาะเต่า และเกาะหางเต่า หรือเกาะนางยวน ต่อมาได้มีการปรับปรุงทะเบียนที่ราชพัสดุเมื่อปี พ.ศ. 2523 เป็นแปลงหมายเลขทะเบียน ที่ สฎ.588 มีจำนวนสิ่งปลูกสร้างในที่ดิน 20 รายการ อาณาเขตทั้ง 4 ด้านจดทะเลไม่มีหนังสือสำคัญสำหรับที่ดิน พ.ศ. 2490 มีราษฎรได้อพยพมาอาศัยบนเกาะเต่า จนปัจจุบันเกาะเต่ามีฐานะเป็นตำบลหนึ่งของเกาะพะงัน ทั้งนี้ตำบลเกาะเต่าได้ยกฐานะเป็นเทศบาลตำบล ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2546 ประกอบมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย จึงจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเทศบาลตำบลเกาะเต่าประกาศ ณ วันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา (งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเกาะเต่า, 2560)

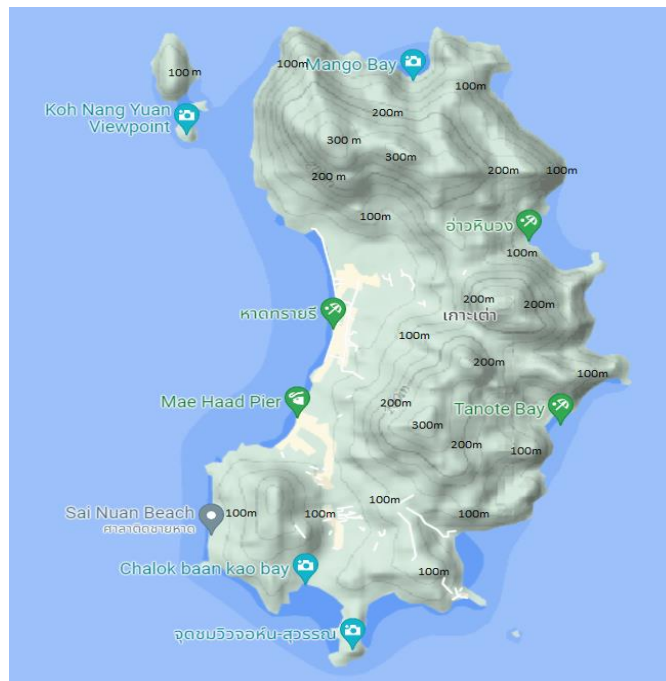
2.5.2 ขนาดและทำเลที่ตั้ง

เกาะเต่า ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของชายฝั่งทะเลจังหวัดสุราษฎร์ธานี ห่างจากชายฝั่งบริเวณอ่าวบ้านดอนประมาณ 115 กิโลเมตร และห่างจากบริเวณปากน้ำชุมพร 74 กิโลเมตร เกาะเต่า

ประกอบด้วยเกาะสำคัญ 2 เกาะ คือ เกาะเต่าและเกาะนางยวน มีพื้นที่ประมาณ 21.03 ตารางกิโลเมตร หรือ 12,936 ไร่ ส่วนกว้างของเกาะยาว 3.4 กิโลเมตร ยาว 7.6 กิโลเมตร ลักษณะคล้ายเมล็ดถั่ว มีความเว้าแหว่งเป็นอ่าว 11 อ่าว แหลม 10 แหลม ความยาวของชายฝั่ง 28.6 กิโลเมตร (สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2556)

2.5.3 ลักษณะภูมิประเทศ

ร้อยละ 70 ของพื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นภูเขาซึ่งมีจุดสูงสุด 374 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลางโดยแนวของภูเขาวางตัวในแนวทิศเหนือไปถึงทิศใต้ของตัวเกาะ นอกจากนี้ทางด้านทิศตะวันออกของเกาะมีลักษณะเป็นหน้าผาชัน ส่วนทางด้านทิศตะวันตกเป็นพื้นที่ลาดชันน้อย และเป็นพื้นที่ราบซึ่งเป็นที่ตั้งของหมู่บ้าน (งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเกาะเต่า, 2560) ส่วนสภาพท้องทะเลโดยรอบเกาะเต่ามีความลึกประมาณ 30 ถึง 40 เมตร ลักษณะของน้ำขึ้นน้ำลงมีลักษณะเป็นน้ำเตี้ย (Diurnal Tide) มีน้ำขึ้นลงวันละ 1 ครั้ง แนวปะการังล้อมรอบเกือบตลอดแนว มีความยาวของแนวปะการัง 8 กิโลเมตร



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงลักษณะภูมิประเทศเกาะเต่า

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/เกาะเต่า/>

2.5.4 ลักษณะภูมิอากาศ

เกาะเต่ามีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเมืองร้อน (Tropical Monsoon Climate) โดยได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีอากาศชุ่มชื้น ฝนตกชุกเกือบตลอดปี แบ่งออกเป็น 2 ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน ช่วงนี้เป็นช่วงที่

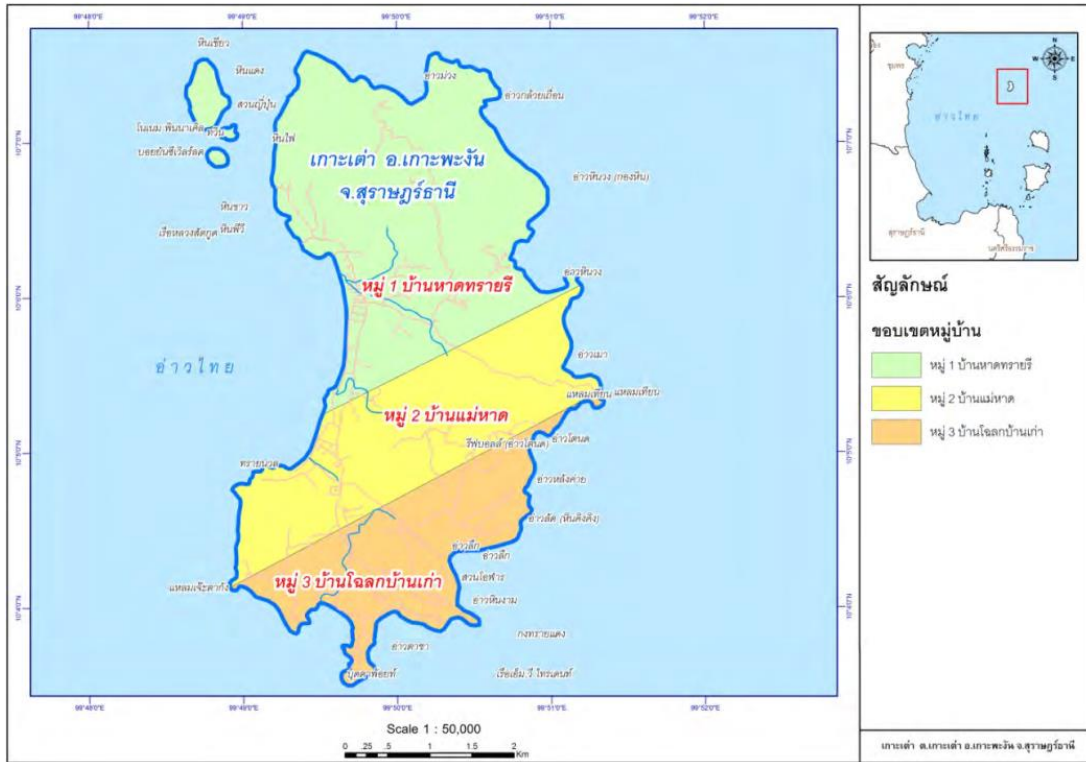
เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว และฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงพฤศจิกายน เป็นช่วงลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และในช่วงพฤศจิกายน ถึงมกราคม เป็นลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีฝนตกมาก ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีฝนตกเกือบตลอดทั้งปี (สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2556)

2.5.5 ประชากรศาสตร์

ตำบลเกาะเต่าประกอบด้วย 3 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านหาดทรายรี บ้านแม่หาด และบ้านโฉลกบ้านเก่า จำนวนประชากรตำบลเกาะเต่า พ.ศ. 2562 มีเพียง 2,326 คน แต่จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ บนเกาะมี ทั้งประชากรที่จดทะเบียนเป็นแรงงานต่างดาวจำนวน 5,000 คน ที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงแรงงาน ซึ่งเป็นสองเท่าของคนไทยในทะเบียนราษฎร (งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า, 2561)

ตารางที่ 2.1 จำนวนครัวเรือนและประชากรในพื้นที่ตำบลเกาะเต่า

หมู่บ้าน	ครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวม
หมู่บ้านที่ 1 บ้านหาดทรายรี	1,986	463	371	834
หมู่บ้านที่ 2 บ้านแม่หาด	1,096	451	362	813
หมู่บ้านที่ 3 บ้านโฉลกบ้านเก่า	1,341	388	291	679
รวม	4,423	1,302	1,024	2,326



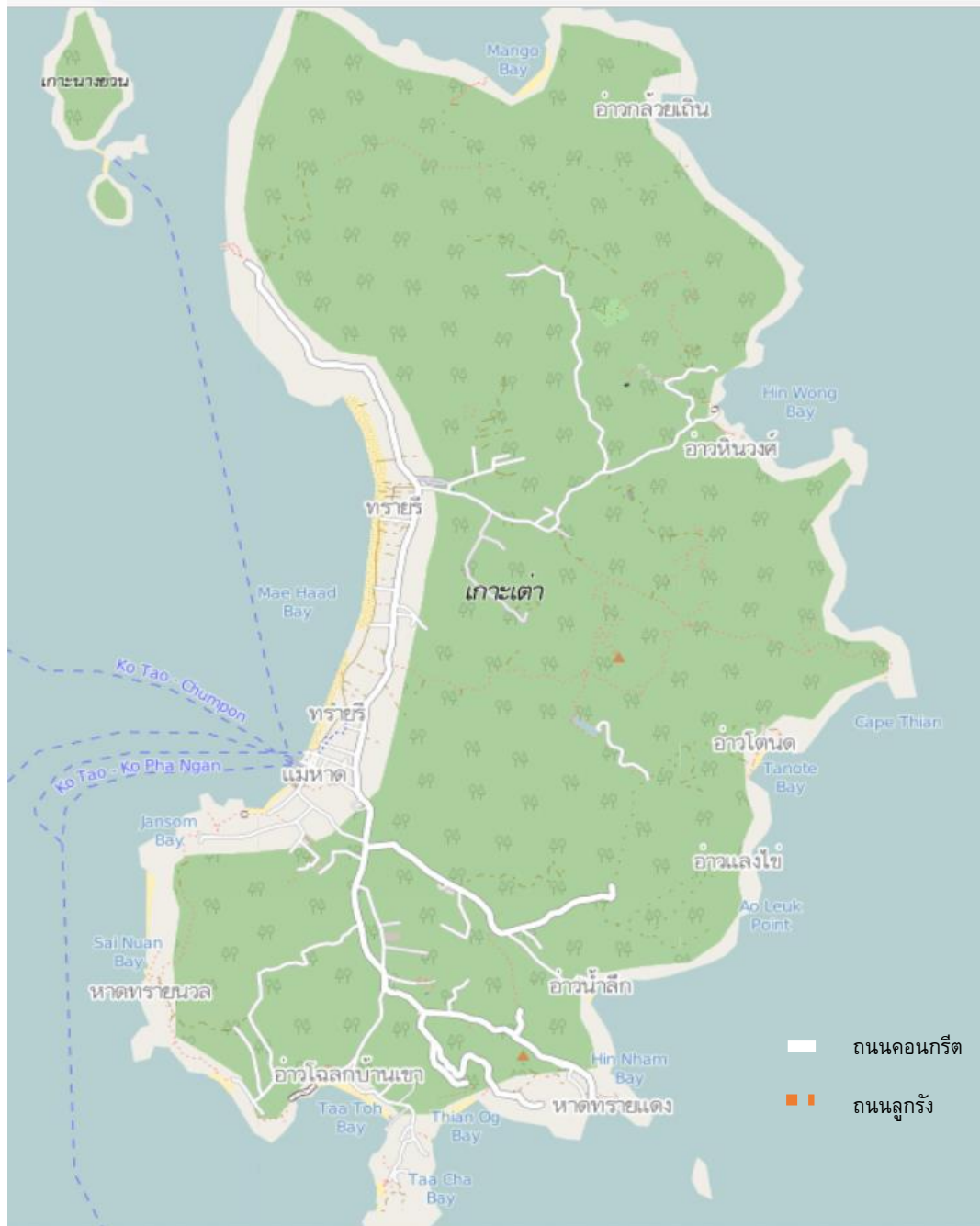
ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงอาณาเขตของเขาค้อและขอบเขตของหมู่บ้าน

ที่มา : อรรถพร ณ บางช้าง-ศรีเสาวลักษณ์ (2557)

2.5.6 การคมนาคม

เขาค้อ จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถเดินทางเข้าเขาค้อได้โดยทางเรือเพียงอย่างเดียว จึงมีเรือโดยสารด้วยกัน 3 ประเภท ได้แก่ เรือเร็ว เรือต่วน และเรือนอน ซึ่งทำให้เกิดการกระจุกตัวของท่าเรือในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ท่าเรือชุมพร ท่าเรือเกาะสมุย ท่าเรือเกาะพะงัน และโดยเฉพาะบริเวณที่ เขาค้อ ในช่วงฤดูการท่องเที่ยวนี้ท่าเรือแม่หาดไม่เพียงพอต่อการจอดเรือขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งไม่รวมเรือท่องเที่ยวเพื่อดำเนินส่วนการเดินทางเรือรอบเขาค้อนั้นนิยมใช้เรือหางยาวในการเดินทาง

ส่วนเส้นทางในการใช้รถใช้ถนนภายในเขาค้อนั้น มีคุณภาพปานกลาง โดยจะมีเส้นทางหลักเส้นเดียวจากทิศเหนือของเขาค้อไปยังทิศใต้ของเขาค้อ มีระยะทางโดยประมาณ 8 กิโลเมตร โดยไม่มีถนนรอบเขาค้อ ซึ่งถนนเส้นทางหลักนั้นมีคุณภาพดี มีหลุมขรุขระบ้างเล็กน้อย และต่อมา จะมีถนนเส้นทางรองออกจากเส้นทางหลัก ซึ่งถนนเส้นทางรองนั้นจะมีหลุม เป็นจำนวนมาก รวมถึงถนนที่เชื่อมไปยังหาดต่าง ๆ ส่วนมากจะเป็นทรายหรือถนนชำรุดเกือบทั้งหมด



ภาพที่ 2.3 ภาพแสดงถนนบนเกาะเต่า

ที่มา : <https://map.longdo.com/map/เกาะเต่า/>

2.5.7 แหล่งท่องเที่ยว

1. หาดทรายรี เป็นชายหาดขนาดใหญ่ที่อยู่ใกล้กับอ่าวแม่หาด ซึ่งใช้เวลาเดินเท้าจากอ่าวแม่หาด เพียงแค่ 10 นาที ชายหาดดังกล่าวมีความยาวเกือบ 2 กิโลเมตร ซึ่งมีทรายสีขาวอมน้ำตาลนิต ๆ ละเอียดยุ่มเหมือนแป้ง ชายหาดไม่ค่อยเหมาะกับการเล่นน้ำมากนัก เพราะมีหินค่อนข้างเยอะ เหมาะสำหรับการเดินชมความงดงามของชายหาดมากกว่า มีที่พัก ผับ บาร์ และสวนหิน มหาจุฬาลงกรณ์ปรมาราชาธิราช (สวนหิน

จปร.) เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ชอบความคึกคัก นอกจากนี้ในเวลาากลางคืนจะมีกิจกรรมโชว์ควงกระบองไฟ บริเวณริมหาดหลายจุดบนหาด

2. อ่าวแม่หาด เปรียบเสมือนเป็นเมืองหลวงของเกาะเต่าก็ได้ เนื่องจากแม่หาดเป็นท่าเรือที่เรือจากทุกแห่งมาจอดที่นี่ รวมถึงยังเป็นแหล่งชุมชน ร้านค้า สถานที่ราชการ และยังมีที่พัก ถึงจะมองว่าเป็นชุมชนแต่เชื่อว่าความสวยงามของแม่หาดจะหายไป ซึ่งอ่าวแม่หาดมีความยาว 1.3 กิโลเมตร

3. อ่าวจันทร์สม มีลักษณะคล้ายหาดส่วนตัวขนาดใหญ่ อ่าวจันทร์สมมีน้ำทะเลใสสีเขียวมรกตชายหาดมีทั้งส่วนที่เป็นทรายละเอียดและโขดหิน

4. อ่าวจุนเจือ เป็นอ่าวที่ค่อนข้างมีความสงบ เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ชอบธรรมชาติไม่วุ่นวาย ได้น้ำที่อ่าวจุนเจือมีปะการังน้ำตื้น และดงปะการังเกล็ดน้ำแข็งที่ยังไร้รอยแตกหัก และยังอาจพบเต่ากระได้ที่ได้

5. หาดทรายแดง ลักษณะทรายบริเวณหาดทรายแดงจะออกสีแดงเล็กน้อยสมชื่อ และละเอียดเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามและมีชื่อเสียงที่สุดของเกาะเต่าเลยก็ว่าได้ และยังเป็นแหล่งดำน้ำที่สำคัญของเกาะเต่าอาจมีโอกาสดูเห็นฝูงฉลามได้จากที่นี่

6. อ่าวลึก เป็นอ่าวขนาดเล็ก โอบล้อมไปด้วยหน้าผาและโขดหิน และชายหาดมีทั้งส่วนที่เป็นโขดหินและทรายสีขาว แต่มีขนาดไม่กว้างมากนัก เหมาะแก่การมานั่งพักผ่อน ว่ายน้ำ หรือดำน้ำตื้นสำหรับนักดำน้ำมือใหม่

7. อ่าวโหลกบ้านเก่า เป็นอ่าวที่อยู่ทางใต้ของเกาะเต่าหันหน้าไปทาง เกาะพะงัน ได้รับความนิยมไม่แพ้กับหาดทรายรี เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ผับ บาร์ พอ ๆ กัน และยังเป็นที่ตั้งของรีสอร์ทชื่อดังหลายแห่ง ซึ่งมีลักษณะของหาดทรายขาวเนียนยาว 500 เมตร ล้อมรอบด้วยโขดหินสวยงาม

8. อ่าวเทียนออก อยู่ใกล้กับอ่าวโหลกบ้านเก่าเป็นอ่าวที่ค่อนข้างใหญ่ ถ้ามองจากจุดชมวิวจวนสุวรรณ จะเห็นความโค้งของอ่าวสวยงามมาก ซึ่งหากนักท่องเที่ยวโชคดีก็อาจจะได้เจอกับฉลามหูดำอีกด้วย

9. อ่าวโตนด ถ้ามองจากจุดชมวิวของที่นี่จะเห็นความโค้งของอ่าวทอดยาว และที่ยังเป็นเหมือนศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมหรือกีฬาทางน้ำ อ่าวโตนดมีกิจกรรมที่นิยมให้ทำ ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนสอนดำน้ำ พายเรือคายัก และอื่น ๆ

10. อ่าวม่วง เป็นอ่าวที่มีความสวยงามมาก มีชายหาดสวยงามทรายละเอียดขนาดใหญ่มีน้ำใสและไม่ลึกมาก เหมาะกับการลงไปว่ายน้ำเล่น อ่าวม่วงยังเป็นบริเวณสอนดำน้ำอีกด้วย

11. อ่าวหินง เป็นอ่าวทางฝั่งตะวันตกของเกาะเต่า ชายหาดมีขนาดเล็ก มีน้ำที่ใสมากขนาดมองในระยะไกลยังสามารถเห็นว่าน้ำใส เหมาะกับการมาพักผ่อน เพราะอ่าวหินงเป็นอีกสถานที่ที่มีความสงบเป็นส่วนตัว

12. อ่าวกล้วยเถื่อน เป็นอ่าวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาดำน้ำตื้น น้ำทะเลมีความใสมาก ใต้ท้องทะเลเต็มไปด้วยปะการังรูปร่างแปลกตา รวมทั้งปลาหลากหลายชนิด



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดรอบเกาะเต่า
ที่มา : แอทสยามทัวร์ (2012)

2.5.8 กิจกรรมการท่องเที่ยว

1. กิจกรรมดำน้ำ เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงของการมาท่องเที่ยวเกาะเต่า เพราะโลกใต้ทะเลที่เกาะเต่ามีความสวยงามมาก ติด 1 ใน 10 จุดดำน้ำที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย ปะการังก็ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ กิจกรรมดำน้ำจึงเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม แม้นักท่องเที่ยวดำน้ำไม่เป็นก็มีครูสอนดำน้ำ และโปรแกรมดำน้ำทั้ง One Day Trip หรือ แบบค้างคืนบนเรือดำน้ำตอนกลางคืน กิจกรรมดำน้ำจะมีอยู่ 2 แบบ คือ ดำน้ำลึก (Scuba Diving) และดำน้ำตื้น (Snorkeling) หรือเรียกว่า การดำน้ำที่ผิวน้ำ เหมาะสำหรับมือใหม่ผู้ที่ไม่มีความรู้เรื่องดำน้ำลึก

จุดดำน้ำตื้น (Snorkeling)

1. กองหินวง เป็นบริเวณที่ไม่ลึกมาก มีปะการังสีส้มสวยงามจำนวนมาก เช่น แส้ทะเล หวีทะเล เป็นต้น
2. หาดทรายขาว สามารถพบเจอปะการังได้หลากหลายชนิด

3. อ่าวลึก มีฝูงปลาให้เห็นอยู่หลายชนิด ปะการังที่พบมาก ได้แก่ ปะการังสมองร่องยาว ปะการังไฟแบบแผ่น และปะการังเขากวาง

4. อ่าวโตนด เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมดำน้ำเช่นกัน และสามารถดำได้ทั้งแบบน้ำลึกและน้ำตื้น ซึ่งบริเวณนี้ปะการังมีความสมบูรณ์ค่อนข้างมาก

5. อ่าวม่วง นักท่องเที่ยวนิยมมาเรียนดำน้ำกันที่นี่ เนื่องจากแหล่งน้ำบริเวณนี้มีความนิ่งสงบ และปะการังโดยรวมมีความสมบูรณ์

6. เกาะนางยวน มีจุดดำน้ำอยู่หลายจุด เช่น รอบเกาะเล็ก หน้าหาดระหว่างเกาะเล็กและเกาะกลาง และยังมีบริเวณระหว่างเกาะเล็กและเกาะใหญ่

จุดดำน้ำลึก (Scuba Diving)

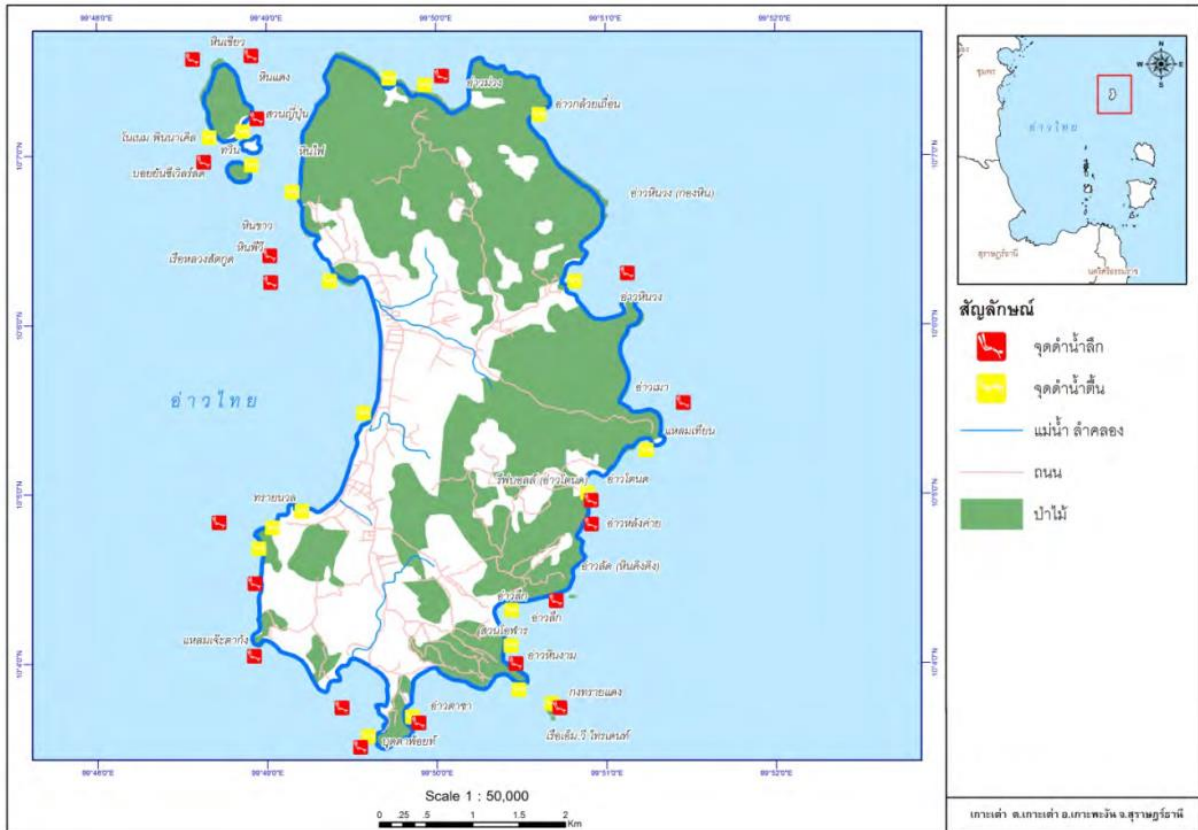
1. กองหินตุงกู เป็นกองหินที่อยู่ใต้น้ำ มีความลึกประมาณ 30 เมตร มีดอกไม้ทะเล ปลาการ์ตูน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวโชคดีก็อาจจะได้เจอกับฉลามวาฬ

2. เจแปนนิส การ์เด็นท์ เป็นอีกจุดสำหรับกิจกรรมดำน้ำลึก อยู่บริเวณหัวเกาะเล็ก เป็นบริเวณดำน้ำอีกแห่งหนึ่งของเกาะนางยวน มีความสวยงามและนักท่องเที่ยวนิยมกันมากเพราะได้ท่องทะเลบริเวณนี้มีปะการังสวยงามจำนวนมาก และมีปลานานาชนิด ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับสวนญี่ปุ่น

3. กองหินชุมพร จุดดำน้ำที่เป็นที่นิยม มีลักษณะเป็นภูเขาใหญ่ใต้น้ำมียอดหินลึกขนาด 30 ถึง 40 ฟุต พบปะการังสีดำ สีขาว สีเหลือง สีส้มได้บริเวณนี้

4. หินใบ มีลักษณะเป็นกองหินที่โผล่พ้นน้ำ มีความลึกอยู่ประมาณ 24 เมตร ตั้งอยู่ระหว่างเกาะเต่าและเกาะพะงัน ซึ่งจะพบกับฝูงปลาหมอตทะเล ปลาหูช้าง ปลาฉลาม ปลาสาก และฉลามวาฬ

5. เกาะฉลาม หรือกองทรายแดง อยู่ห่างจากอ่าวลึกมาทางตะวันออกเฉียงใต้ไม่มากนัก มีลักษณะเป็นยอดหินแกรนิตที่โผล่มาจากใต้น้ำ ถ้ามาดำน้ำที่นี่เราจะได้พบกับ แนวปะการังหลากหลายสี ปลากระเบนลายน้ำเงิน และปลาเสือ



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงจุดต้ำน้ำตื้นและจุดต้ำน้ำลึกบริเวณรอบเกาะเต่า

ที่มา : อรพรรณ ณ บางช้าง-ศรีเสาวลักษณ์ (2557)

2. กิจกรรมปั่นจักรยานชมทิวทัศน์ เนื่องจากเกาะเต่ามีถนนเส้นทางหลักที่เป็นเนินเขาเป็นจำนวนมาก การจราจรไม่คับคั่ง และยังมีต้นไม้ตลอดสองข้างทาง ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมปั่นจักรยาน เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงามของเกาะเต่า ซึ่งมีตั้งแต่ต้นท่อน้ำตื้นที่มีอายุน้อยไปจนถึงโปรด้านการขี่จักรยาน

3. กิจกรรมเดินป่าขึ้นเขาเพื่อชมจุดชมวิว เนื่องจากเกาะเต่ามียอดเขาสูงหลายยอดทำให้สามารถมองเห็นวิวรอบเกาะ รวมไปถึงเห็นวิวเกาะที่อยู่ข้างเคียง คือ เกาะพะงัน จุดชมวิวที่เป็นที่นิยม คือ

1. จุดชมวิวจอร์ห์นสุวรรณ อยู่ที่เนินเขาอ่าวโฉลกบ้านเก่า ซึ่งสามารถมองเห็นหาดเป็นวงโค้งของอ่าวโฉลกบ้านเก่า และอ่าวเทียนออก

2. จุดชมวิวเกาะนางยวน อยู่ที่บริเวณท้ายเกาะ หรือมีอีกชื่อเรียกว่า เกาะหางเต่า ซึ่งมีลักษณะเป็นเกาะ 3 เกาะ และมีเนินทรายเชื่อมต่อกันที่เรียกว่า ทะเลแหวก จุดชมวิวจะสามารถมองเห็นเกาะทั้ง 3 เชื่อมต่อกัน ทำให้ที่นิยมที่นักท่องเที่ยวในการไปถ่ายรูป

3. จุดชมวิวบานาร็อก อยู่บนภูเขาด้านหลังของอ่าวโฉลกบ้านเก่า มีความสูงประมาณ 300 เมตร สามารถขี่จักรยานยนต์หรือเดินขึ้นไปได้ เมื่อขึ้นไปถึงบริเวณจุดชมวิวจะสามารถมองเห็นท้องทะเลสีฟ้า และยังมองเห็นเกาะพะงันอีกด้วย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา และค้นคว้าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน และ 2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ศึกษา และใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน กับกลุ่มเพื่อนคนรู้จัก มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 ถึง 5 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายประมาณในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 5,000 บาท มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพะงันอีกครั้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทราบหรือรู้จักแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวเกาะพะงันจากการแนะนำของบุคคล และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณหาดรีนของเกาะพะงันมากที่สุด และโดยส่วนใหญ่ นอกจากท่องเที่ยวเกาะพะงันแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร เกาะสมุย และเกาะเต่า-เกาะนางยวน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยอีกด้วย

ชนิสรา นิยมราษฎร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวบนเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยว 2. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการและระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ และ 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวบนเกาะเต่า กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการบนเกาะเต่า จำนวน 250 คน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ศึกษาและใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวบนเกาะเต่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าเกาะเต่ามีศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ ศักยภาพด้านความปลอดภัยและศักยภาพด้านการเข้าถึง ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่มีเป็นประเภทรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวบนเกาะเต่าไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะ คือ 1. ด้านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวควรศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่และหาแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2. ด้านการเข้าถึงควรมีป้ายราคาคราดโดยสารและเรือที่ชัดเจน มีมาตรฐานในการตั้งราคา 3. ด้านความปลอดภัยส่งเสริมให้มีหน่วยลาดตระเวน และกู้ภัยบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว 4. ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยวภาครัฐควรจัดหาแหล่งน้ำจืดให้เพียงพอต่อการอุปโภคและบริโภค 5. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภาครัฐควรดูแลไม่ให้ผู้ประกอบการทิ้งสิ่งปลูกสร้างทะเล และส่งเสริมให้มีการบำบัดน้ำเสียและ 6. ด้านอื่น ๆ
ดำเนินการดูแลจุดเสี่ยงที่อาจจะเกิดอาชญากรรม โดยติดกล้องวงจรปิด และเสาไฟฟ้าเพื่อเพิ่มแสงสว่างใน
บริเวณที่มีความเสี่ยง

วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีและการ
รับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์ คือ 1. ศึกษาแรงจูงใจปัจจัยใน
การมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2. ศึกษาปัจจัย
การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3. ศึกษาอิทธิพล
ของแรงจูงใจและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ศึกษาและใช้
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า
นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรี 6 ประเภทเรียง
ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1. ด้านการเรียนรู้และหาประสบการณ์ 2. ด้านการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม
3. ด้านจิตวิญญาณ 4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง 5. ด้านจิตวิญญาณระดับลึก และ 6. ด้านการพักผ่อน
และพักผ่อน และยังพบอีกว่าการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ 2 ปัจจัย และ
ปัจจัยแรงจูงใจ 4 ปัจจัย โดยปัจจัยการรับรู้ที่สำคัญที่สุดในการทำนายการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยคือ การรับรู้ต่อความน่าเชื่อถือในศรัทธาของวัด รองลงมาคือ การรับรู้ด้านกายภาพ สำหรับปัจจัย
แรงจูงใจที่ทำนายการกลับมาเยือนซ้ำที่สำคัญที่สุดคือ แรงจูงใจทางจิตวิญญาณ แรงจูงใจด้านการพักผ่อนและ
พักผ่อน แรงจูงใจด้านการเรียนรู้และประสบการณ์ และแรงจูงใจทางจิตวิญญาณระดับลึก ตามลำดับ

อารีรัตน์ วัชรโนธินกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อ
ศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะล้าน อำเภอบาง
ละมุง จังหวัดชลบุรี และ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมและ
การแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่น ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว
ต่างชาติที่มาท่องเที่ยว เกาะล้าน อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้าน
ของปัจจัยความคาดหวังจากเกาะล้าน นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังดังต่อไปนี้ 1. ปัจจัยด้านความสะดวก
ปลอดภัยในการเดินทาง 2. ปัจจัยด้านที่พักและพนักงาน 3. ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 4. ปัจจัยด้าน
ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว 5. ปัจจัยด้านความสะอาดและความสวยงามบริเวณเกาะ ในส่วนของปัจจัยความ
พึงพอใจ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อเกาะล้านใน 6 ด้าน เรียง
ตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 2. ปัจจัยด้านความ
ปลอดภัย 3. ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 4. ปัจจัยด้านที่พัก 5. ปัจจัยด้านพนักงานและราคา และ
6. ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรม ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความเป็นไปได้ที่จะแนะนำเกาะล้านต่อ
ผู้อื่นพบว่าความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน พบว่าปัจจัยแห่งความ

พึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ที่จะแนะนำเกาะล้านต่อผู้อื่นเรียงตามลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากค่า Beta ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 2. ปัจจัยด้านพนักงานและราคา 3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 4. ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5. ปัจจัยด้านที่พัก และ 6. ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรมสำหรับปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านอาหารและคนในท้องถิ่น 2. ปัจจัยด้านพนักงานและราคา 3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมบริเวณเกาะ 4. ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5. ปัจจัยด้านพนักงานเรือและกิจกรรม 6. ปัจจัยด้านที่พัก

อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อการศึกษาศักยภาพความพึงพอใจต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 2. เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 381 คน ผู้วิจัยเลือกวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น และ ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และยังเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจำนวน 30 คน โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ความพึงพอใจต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจ อยู่ในระดับมากที่สุด 2. ความพึงพอใจต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 3. ความพึงพอใจต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้าน สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก 4. ความพึงพอใจต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก 5. ความพึงพอใจต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่น้อยที่สุดคือ 6. ความพึงพอใจต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ต่อมาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่พัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2. พัฒนาเส้นทางการคมนาคมภายในเกาะให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น 3. อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติของเกาะเต่า เช่น แนวปะการัง ชายหาด หรือโขดหิน และ 4. การติดตามตรวจสอบสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพื้นที่เกาะเต่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ คือ แนวปะการัง

นวพร บุญประสม และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา วัดสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2. เพื่อศึกษาการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านแรงจูงใจ ด้านการรับรู้ และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ และอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการรับรู้และแรงจูงใจ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ร้อยละ 86.6 แรงจูงใจส่งผลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และในด้านการรับรู้มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ร้อยละ 67.3

Zhang (2012) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนกลับมาเยือนซ้ำ ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ คือ 1. ศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวและการกลับมาเยือนซ้ำ 2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว 3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว และ 4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1. การรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยว 2. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 3. ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว 4. การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผลจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระดับมาก ปัจจัยที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ อายุ และระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว และพบว่า การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ 1. ความสะดวกสบาย 2. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว 3. ธรรมชาติ 4. สถานที่ช้อปปิ้ง 5. ชีวิตกลางคืน 6. ภูมิอากาศและวัฒนธรรม และ 7. คุณภาพการบริการ และยังพบอีกว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1. การบริการ 2. ความผ่อนคลาย 3. ราคาเหมาะสม และ 4. ความเป็นมิตร พบว่าความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุดในการกลับมาท่องเที่ยว และความเต็มใจในการแนะนำสถานที่อื่น ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการกลับมาท่องเที่ยว

Rittichainuwat et al. (2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ คือ 1. ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2. ศึกษาความแตกต่างของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างครั้งแรกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว 3. ศึกษาผลของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว โดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด 13 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฮ่องกง ประเทศไต้หวัน ประเทศเกาหลี ประเทศจีน ประเทศเยอรมัน ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศอินเดีย และประเทศฝรั่งเศส โดยใช้แบบสอบถาม รวมทั้งสิ้นจำนวน 510 ชุด ผู้วิจัยเลือกวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น พื้นที่ในการสำรวจ คือ สนามบินนานาชาติกรุงเทพมหานคร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ 2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และ 3. ด้านประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมา

ท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ การเยี่ยมชมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งดึงดูดใจ และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์สมมติฐานทางสถิติ พบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งแรกและการกลับมาท่องเที่ยว และความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีนัยสำคัญทางบวกในเรื่องของคุณภาพอาหารที่ดี การช้อปปิ้ง กิจกรรมที่หลากหลาย และด้านวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่กลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย และได้สรุปตัวแปรตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2.2 สรุปตัวแปรต้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	แสงเดือน รติบุตร (2555)	สิริรัตน์ นาคแป้น (2555)	เลิศพร ภาวรสกุล (2560)	วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560)
ปัจจัยผลักดัน (Push factor)	/	/	/	
1. ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท่องเที่ยวทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ		/		
2. ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เดินป่า ปีนเขา	/	/		
3. ต้องการได้ชื่อว่าเคยมาเยือนเกาะเต่าแล้ว		/		/
4. ต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ		/		
5. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย		/	/	/
6. ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		/		
7. ต้องการพบปะเจอผู้คนใหม่ ๆ			/	/
8. ต้องการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น			/	

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	แสงเดือน รตินธร (2555)	สิริรัตน์ นาคแป้น (2555)	เดิศจร ภาวระสกุล (2560)	วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560)
ปัจจัยดึงดูด (Pull factor)	/	/	/	
1. ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล		/		
2. ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการัง และปลาหลากสี		/		
3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง	/			
4. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว		/		
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาถูกลง			/	
6. ที่พักเป็นมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้		/		
7. ความเป็นส่วนตัวและเงียบสงบของเกาะ		/	/	
8. มีอาหารให้เลือกหลากหลาย		/		

ตารางที่ 2.3 สรุปตัวแปรต้น ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	อิสระพงษ์ พลธานี และ อุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561)	วิภา ศรีระทุ (2551)	จารุจน์ กลิ่นดีปลี (2541)	ศิริรทยา ประพฤติกิจ (2553)	ชนิสรา นิยมราษฎร์ (2560)
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	/	/			
1. ความงดงามของแนวปะการัง	/		/		/
2. ความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะ	/	/	/		/
3. ความงดงามของชายหาด	/	/	/		/
4. ความใสของน้ำทะเล	/		/		/
5. ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น		/	/		
6. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	/				
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	/	/	/	/	/
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	/	/	/	/	/
2. ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก	/		/		
3. การมีป้าย และสัญลักษณ์ป้ายบอกทาง					/
4. สภาพของเส้นทางในการเดินทาง	/	/	/		
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	/	/	/		/
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	/	/	/	/	/
1. คุณภาพของร้านอาหาร/เครื่องดื่ม				/	/
2. คุณภาพของห้องพัก		/		/	/
3. คุณภาพของเรือโดยสารสาธารณะ				/	/
4. คุณภาพของรถจักรยานยนต์เช่า				/	
5. คุณภาพของศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว		/		/	/
6. คุณภาพของสถานรักษาพยาบาล		/		/	/
7. คุณภาพของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง	/			/	

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

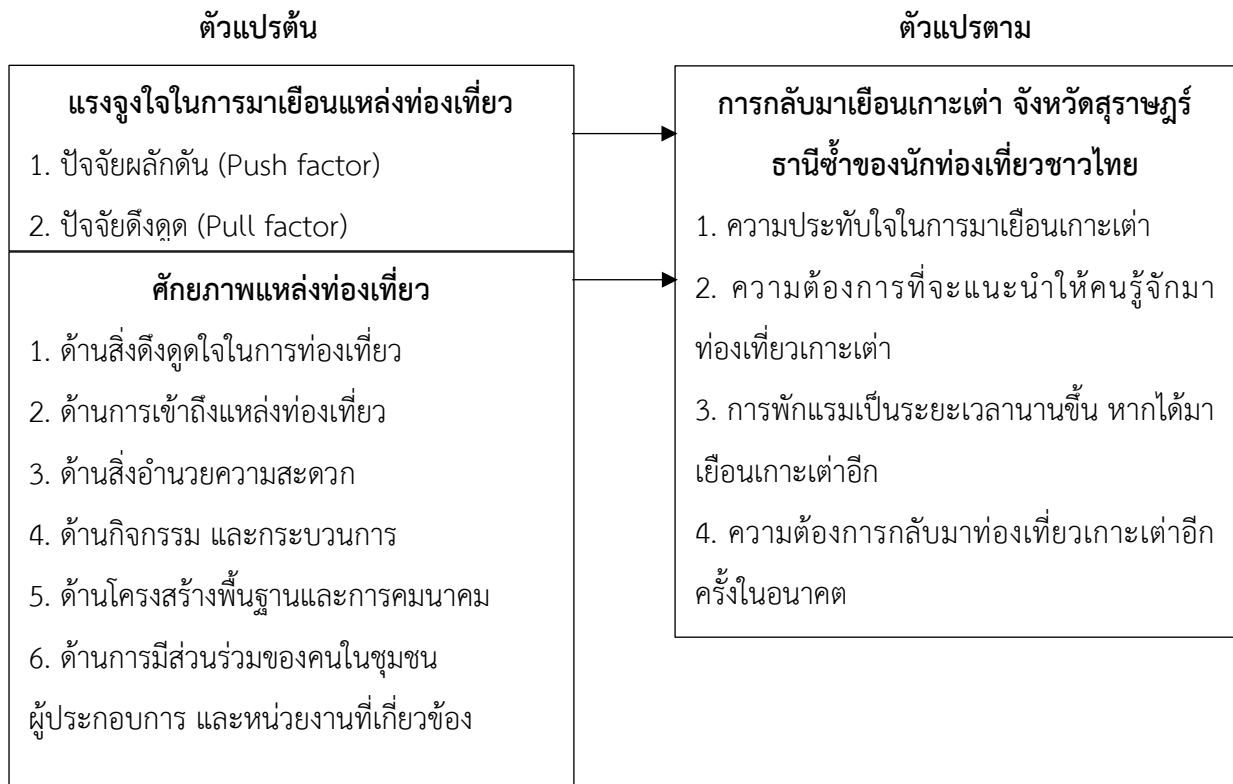
ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	อิสระพงษ์ พลธานี และ อุมพร บุญเพชรแก้ว (2561)	วิภา ศรีระทุ (2551)	จารุจน์ กลิ่นดีปดี (2541)	ศิริรรยา ประพฤติกิจ (2553)	ชนิสรา นิยมราษฎร์ (2560)
ด้านกิจกรรม และกระบวนการ	/		/		
1. การจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	/		/		/
2. ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว	/	/	/	/	/
3. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว			/		/
4. ธรรมชาติไม่ถูกทำลายจากการทำกิจกรรม	/		/		
ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม		/		/	
1. ระบบไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยว		/	/	/	/
2. น้ำอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว		/	/	/	/
3. การกำจัดขยะและถังขยะในแหล่งท่องเที่ยว		/		/	
4. คุณภาพของรถโดยสารสาธารณะ			/	/	
5. รถโดยสารสาธารณะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			/	/	
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	/		/		/
1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว	/				/
2. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยลดการใช้ถุงและ ภาชนะพลาสติก	/		/		/
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการรณรงค์ เช่น การ ใช้ป้าย การวางเขตแนวปะการังฯ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนในพื้นที่	/				/

ตารางที่ 2.4 สรุปตัวแปรตามความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า

การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	พรพิมล ลอแท และ มนตรี พิริยะกุล (2562)	ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2548)	Bywater (1993)
1. ความประทับใจในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้	/	/	/
2. ต้องการแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า	/	/	
3. หากได้มาเยือนอีก ฉันจะพักเป็นระยะเวลานานขึ้น	/	/	
4. มีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก	/	/	/

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.1.1 ประชากรในการวิจัย
 - 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.2.1 นิยามเชิงปฏิบัติการ
 - 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้จากสถิติ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 97,031 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

เนื่องจากประชากรในการวิจัยมีจำนวนมากไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรทั้งหมดได้ จึงจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยการโดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้ (Yamane, 1967)

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

เมื่อ	n	คือ	จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
	N	คือ	ขนาดของประชากร
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งกำหนดให้เท่ากับ ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น ค่า e = 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{97,031}{1+97,031(0.05)^2}$$

$$n = 398.4$$

จากการแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 398.4 คน ดังนั้นเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน

การเลือกตัวอย่างใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 นิยามเชิงปฏิบัติการ

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ตั้งแต่มากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด) ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม ซึ่งประกอบด้วย แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน (Push Factor) เช่น ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เดินป่า ปีนเขา ต้องการพบปะเจอผู้คนใหม่ ๆ ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) เช่น ความสวยงามของธรรมชาติบนเกาะเต่า ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล ความมีชื่อเสียงของเกาะ ความเป็นส่วนตัวและเงียบสงบของเกาะ ซึ่งประเมินจาก แบบสอบถามแบบประเมินค่าที่มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยระดับ 5 เท่ากับ มีแรงจูงใจมากที่สุด จนถึงระดับ 1 เท่ากับ มีแรงจูงใจน้อยที่สุด

2. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถ หรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม และกระบวนการ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม และด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเมินจาก แบบสอบถามแบบประเมินค่าศักยภาพ โดยใช้ระดับของศักยภาพ 5 ระดับ โดยระดับ 5 เท่ากับ ศักยภาพมากที่สุด จนถึงระดับ 1 เท่ากับ ศักยภาพน้อยที่สุด

3. การกลับมาเยือนซ้ำ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ แสดงให้เห็นพฤติกรรมความพึงพอใจในประสบการณ์ของการท่องเที่ยวครั้งก่อน ซึ่งประกอบด้วย ความประทับใจในการมาเยือนเกาะเต่า ความต้องการที่จะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า การพักแรมเป็นระยะเวลาสั้นหากได้กลับมาเยือนเกาะเต่าอีก และความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีกครั้งในอนาคต ซึ่งประเมินจาก

แบบสอบถามแบบประเมินค่าที่มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ โดยระดับ 5 เท่ากับ เห็นด้วยมากที่สุด จนถึงระดับ 1 เท่ากับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ มีข้อคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบ (Close Ended Question)

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว มีข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 4 เป็นข้อมูลความประทับใจที่มีต่อเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี และการกลับมาเยือนเกาะเต่าซ้ำ มีข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 5 เป็นข้อมูลความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องแก้ไข ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Question)

การสร้างแบบสอบถาม ได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการมาเยือนซ้ำ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. รศ.ดร. อัครวิณ แสงพิกุล
2. ผศ.ดร. มณฑกานติ ชูชูวงศ์
3. ดร. ยุวีร์ โชคสวนทรัพย์

เพื่อทำการตรวจสอบค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ด้วยการตรวจสอบค่า IOC ของคำถามรายข้อ และโดยรวม ซึ่งต้องมากกว่า 0.05 ขึ้นไป ถือว่าเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้

คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

$$\text{โดยการใชสูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ คือ ผลรวมของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ

จากการตรวจสอบค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาได้ค่า IOC ของแบบสอบถามดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบค่า IOC

รายการ	จำนวนข้อคำถาม	IOC
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	6	0.93
ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มา เที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี	16	1.0
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี	42	0.62
ส่วนที่ 4 ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะ เต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี	4	1.0
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องแก้ไข ด้านศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว	1	1.0
รวม	69	0.91

หลังจากทำการตรวจคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเลือกข้อ คำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้ในแบบสอบถาม และแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หากข้อคำถามนั้น ๆ มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 โดยแบบสอบถามนี้ได้ค่า IOC เฉลี่ย = 0.91 แสดงว่า แบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา

4. หลังจากที่คุณวุฒิได้พิจารณาตรวจสอบแล้ว นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) จำนวน 30 ชุด กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเต่า โดยไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างการวิจัย ครั้งนี้ และนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีการครอนบัค (Cronbach, 1974) โดยค่าความเที่ยงของมาตรวัด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาต้องมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ซึ่งจากการวิเคราะห์ผล พบว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .906 แบบสอบถามนี้จึงมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ไปทำการเก็บข้อมูลตามที่กำหนดไว้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการเก็บข้อมูลที่ ณ บริเวณท่าเรือขาออกของเกาะเต่า โดยมีการชี้แจงการตอบแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทราบ

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ วารสาร อินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ ใช้การวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การแปลผลตามแนวคิดของวิชิต อุ๋อัน (2550) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีแรงจูงใจระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีแรงจูงใจระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีแรงจูงใจระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีแรงจูงใจระดับน้อยที่สุด

และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวระดับน้อยที่สุด

และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.4 การวิเคราะห์ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.5 การวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

3.4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของแรงจูงใจ และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความประทับใจ และการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็น 7 หัวข้อ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	164	41.00
หญิง	236	59.00
รวม	400	100.00
อายุ		
18 – 20 ปี	20	5.00
21 – 30 ปี	123	30.75
31 – 40 ปี	106	26.50
41 – 50 ปี	73	18.25
51 – 60 ปี	68	17.00
มากกว่า 60 ปี	10	2.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	75	18.75
ปริญญาตรี	262	65.50
ปริญญาโท	59	14.75
ปริญญาเอก	4	1.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน หรือนักศึกษา	54	13.50
พนักงานหน่วยงานของรัฐ	97	24.25
พนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้าง	116	29.00
ธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย	104	26.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ		
ว่างงาน หรือไม่ได้ประกอบอาชีพ	11	2.75
อื่น ๆ	18	4.50
รวม	400	100.00
สถานภาพสมรส		
โสด	232	58.00
สมรส	148	37.00
หย่าร้าง	14	3.50
หม้าย	6	1.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	36	9.00
10,001 – 20,000 บาท	66	16.50
20,001 – 30,000 บาท	71	17.75
30,001 – 40,000 บาท	85	21.25
มากกว่า 40,001 บาท	142	35.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาอายุ 31 ถึง 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.50 และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมาศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 1 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้าง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 26 และน้อยที่สุดว่างงาน หรือ ไม่ได้ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 2.75 ทั้งนี้ข้อมูลสถานภาพมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 37 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 1.50 และข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาได้ 30,001 ถึง 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9

4.2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการมาท่องเที่ยวดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปล ผลระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ปัจจัยผลักดัน (Push Factor)				
1. ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ	4.25	0.84	มากที่สุด	1
2. ต้องการท่องเที่ยวแบบพจญภัย เดินป่า ปีนเขา	3.33	1.05	ปานกลาง	6
3. ต้องการได้ชื่อว่าเคยมาเยือนเกาะเต่าแล้ว	3.42	1.26	มาก	5
4. ต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ	3.87	1.14	มาก	3
5. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย	4.14	0.90	มาก	2
6. ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.84	1.24	ปานกลาง	8
7. ต้องการพบปะเจอผู้คนใหม่ ๆ	3.20	1.14	ปานกลาง	7
8. ต้องการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	3.47	1.00	มาก	4
รวม	3.56	1.07	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.07) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า แรงจูงใจปัจจัยผลักดันในลำดับที่หนึ่ง คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.90) และต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 1.14) ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 1.24)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยวดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล ระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)				
1. ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล	4.43	0.86	มากที่สุด	1
2. ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการัง และปลา หลากสี	4.27	0.91	มากที่สุด	2
3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง	3.03	1.26	ปานกลาง	8
4. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	4.24	0.82	มากที่สุด	3
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาถูก	3.48	0.98	มาก	7
6. ที่พักเป็นมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้	4.06	0.82	มาก	5
7. ความเป็นส่วนตัวและเงียบสงบของเกาะ	4.13	0.83	มาก	4
8. มีอาหารให้เลือกหลากหลาย	3.84	0.87	มาก	6
รวม	3.93	0.92	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.92) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดลำดับที่หนึ่ง คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการังและปลาหลากสี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.91) และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 1.26)

4.3 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปล ผลระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	4.28	0.50	มากที่สุด	1
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.66	0.68	มาก	6
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	0.57	มาก	4
4. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ	3.97	0.58	มาก	2
5. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม	3.67	0.70	มาก	5
6. ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.74	0.75	มาก	3
รวม	3.84	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.63) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.58) และ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.68)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปล ผลระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว				
1. ความงดงามของแนวปะการัง	4.29	0.68	มากที่สุด	3
2. ความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะ	4.42	0.69	มากที่สุด	2
3. ความงดงามของชายหาด	4.25	0.71	มากที่สุด	5
4. ความใสของน้ำทะเล	4.44	0.70	มากที่สุด	1
5. ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น	4.27	0.83	มากที่สุด	4
6. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.80	มาก	6
รวม	4.28	0.50	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.50) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.70) รองลงมา คือ ความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.69) และความงดงามของแนวปะการัง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.80)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล ระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว				
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	3.71	0.94	มาก	2
2. ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก	3.79	0.88	มาก	1
3. การมีป้าย และสัญลักษณ์ป้ายบอกทาง	3.64	0.90	มาก	4
4. สภาพของเส้นทางในการเดินทาง	3.52	0.95	มาก	5
5. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.66	0.90	มาก	3
รวม	3.66	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.68) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.94) และ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ สภาพของเส้นทางในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 0.95)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล ระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ด้านสิ่งแวดล้อม				
1. คุณภาพของร้านอาหาร หรือเครื่องดื่ม	3.89	0.81	มาก	2
2. คุณภาพของห้องพัก	4.01	0.84	มาก	1
3. คุณภาพของเรือโดยสารสาธารณะ	3.80	0.80	มาก	3
4. คุณภาพของรถจักรยานยนต์เช่า	3.73	0.85	มาก	4
5. คุณภาพของศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว	3.60	0.91	มาก	6
6. คุณภาพของสถานรักษาพยาบาล	3.67	0.85	มาก	5
7. คุณภาพของแหล่งช้อปปิ้งสินค้าของที่ระลึก	3.25	0.84	ปานกลาง	7
รวม	3.71	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.57) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมลำดับที่หนึ่ง คือ คุณภาพของห้องพัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.81) รองลงมา คือ คุณภาพของร้านอาหาร และเครื่องดื่มอยู่ในระดับมมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.81) และ คุณภาพของเรือโดยสารสาธารณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อันดับสุดท้าย คือ คุณภาพของแหล่งช้อปปิ้งสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.84)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปล ผลระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ด้านกิจกรรม และกระบวนการ				
1. การจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	3.85	0.81	มาก	4
2. ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว	4.04	0.80	มาก	1
3. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	4.03	0.83	มาก	2
4. ธรรมชาติไม่ถูกทำลายจากการทำกิจกรรม	3.99	0.83	มาก	3
รวม	3.97	0.58	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกิจกรรม และกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.58) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการลำดับที่หนึ่ง คือ ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.83) และธรรมชาติไม่ถูกทำลายจากการทำกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ ในขณะที่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ การจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.81)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปล ผลระดับ แรงจูงใจ	ลำดับที่
ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม				
1. ระบบไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.83	มาก	1
2. น้ำอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.90	มาก	2
3. การกำจัดขยะและถังขยะในแหล่งท่องเที่ยว	3.63	0.95	มาก	4
4. คุณภาพระบบการสื่อสาร เช่น สัญญาณโทรศัพท์ Wifi	3.64	0.95	มาก	3
5. รถโดยสารสาธารณะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.22	1.09	ปานกลาง	5
รวม	3.67	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.70) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมลำดับที่หนึ่ง คือ ระบบไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ น้ำอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.90) และคุณภาพระบบการสื่อสาร เช่น สัญญาณโทรศัพท์ Wifi อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ ในขณะที่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ รถโดยสารสาธารณะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 1.09)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคน ในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล ระดับ แรงจูงใจ	ลำดับ ที่
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง				
1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.73	0.90	มาก	2
2. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยลดการใช้ถุง และภาชนะพลาสติก	3.77	0.93	มาก	1
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการรณรงค์ เช่น การใช้ป้าย การวางเขตแนวปะการัง เพื่อให้เกิดการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่	3.72	0.96	มาก	3
รวม	3.74	0.75	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.75) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ลำดับที่หนึ่ง คือ ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยลดการใช้ถุงและภาชนะพลาสติก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.93) รองลงมา คือ ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.90) และลำดับสุดท้าย คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการรณรงค์ เช่น การใช้ป้าย การวางเขตแนวปะการัง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.96)

4.4 ผลการวิเคราะห์ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มีความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า	\bar{x}	S.D.	การแปลผลระดับความคิดเห็น
1. ความประทับใจในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้	4.36	0.71	มากที่สุด
2. ต้องการแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า	4.40	0.69	มากที่สุด
3. หากได้มาเยือนอีก จะพักที่เกาะเต่านานขึ้น	4.24	0.83	มากที่สุด
4. ต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก	4.42	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความประทับใจอย่างมากที่สุดในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้ ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.71) และต้องการแนะนำอย่างมากที่สุดให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.69) นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีกเป็นอย่างมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.75) และหากได้กลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก จะพักที่เกาะเต่านานขึ้นเป็นอย่างมากที่สุด ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.83) อีกด้วย

4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ก่อนจะทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ Casewise Diagnostics ตรวจสอบข้อมูล Outliers ที่มีค่าเศษตกค้างมาตรฐาน (Std. Residual) เท่ากับ -3.504 คือ ข้อมูลชุดที่ 282 ซึ่งข้อมูลชุดนี้มีผลทำให้สมการถดถอยเบี่ยงเบนไป และทำการทำนายค่า Y มีความผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อมูลชุดนี้ออกไปแล้วทำการวิเคราะห์ความถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Dependent Variable		การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)				
Independent Variable		แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1), แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)				
Model Summary						
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate		Durbin - Watson	
.446	.199	.195	.53097		1.782	
Analysis of Variance		Sum of Square	DF	MS	F	Sig.
Regression		27.737	2	13.868	49.190	.000
Residual		111.646	396	.282		
Total		139.383	398			
Coefficients						
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.	
	(B)	Std. Error				
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1)	.245	.053	.229	4.658	.000*	
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)	.352	.053	.301	6.104	.000*	
ค่าคงที่ (Constant)	2.099	.230		9.137	.000*	

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า $F = 49.196$, $Sig. = .000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 พบว่า $Sig.$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

โดยที่] Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

X_2 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน

X_3 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ .199 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.90 ที่เหลืออีกร้อยละ 80.10 เป็นผล จากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ดังนี้

$$Y = 2.099 + .245X_2 + .352X_3$$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปร ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (Sig. = .000) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (Sig. = .000) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากค่า $b_1 = 0.245$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.245 หน่วย (หรือร้อยละ 24.5)

จากค่า $b_2 = 0.352$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูดมีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มมากขึ้น 0.352 หน่วย (หรือร้อยละ 35.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูด (Beta = 0.301) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากกว่าแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน (Beta = 0.229)

4.6 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ก่อนจะทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ Casewise Diagnostics ตรวจพบข้อมูล Outliers ที่มีค่าเศษตกค้างมาตรฐาน (Std. Residual) เท่ากับ -3.326 และ -3.379 คือ ข้อมูลชุดที่ 242 และ 276 ซึ่งข้อมูลทั้งสองชุดนี้มีผลทำให้สมการถดถอยเบี่ยงเบนไป และทำการทำนายค่า Y มีความผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อมูลทั้ง 2 ชุดนี้ออกไปแล้วทำการวิเคราะห์ความถดถอยใหม่อีกครั้งในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)				
Independent Variable	ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1), ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3), ด้านกิจกรรม และกระบวนการ (X4), ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม (X5), ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (X6)				
Prediction: Revisitation					
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate		Durbin - Watson
.524	.294	.283	.49958		1.755
Analysis of Variance	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	40.687	6	6.781	27.170	.000
Residual	97.587	391	.250		
Total	138.274	397			
Explanation: Variable in Equation					
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
	(B)	Std. Error			
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1)	.379	.064	.321	5.925	.000
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)	-.016	.053	-.018	-.299	.765
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3)	.083	.069	.081	1.208	.228
ด้านกิจกรรม และกระบวนการ (X4)	.242	.062	.241	3.904	.000
ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม (X5)	-.089	.055	-.106	-1.615	.107
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (X6)	.083	.044	.107	1.891	.059
ค่าคงที่ (Constant)	1.544	.227		6.807	.000

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า $F = 27.170$, $Sig. = .000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ $.05$ พบว่า $Sig.$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_4X_4$$

โดยที่ Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

X_1 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

X_4 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ $.294$ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 29.4 ที่เหลืออีกร้อยละ 70.6 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ดังนี้

$$Y = 1.544 + .379X_2 + .242X_3$$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($Sig. = .000$) และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($Sig. = .000$) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในขณะที่ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ที่ไม่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

จากค่า $b_1 = .379$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.379 หน่วย (หรือร้อยละ 37.9)

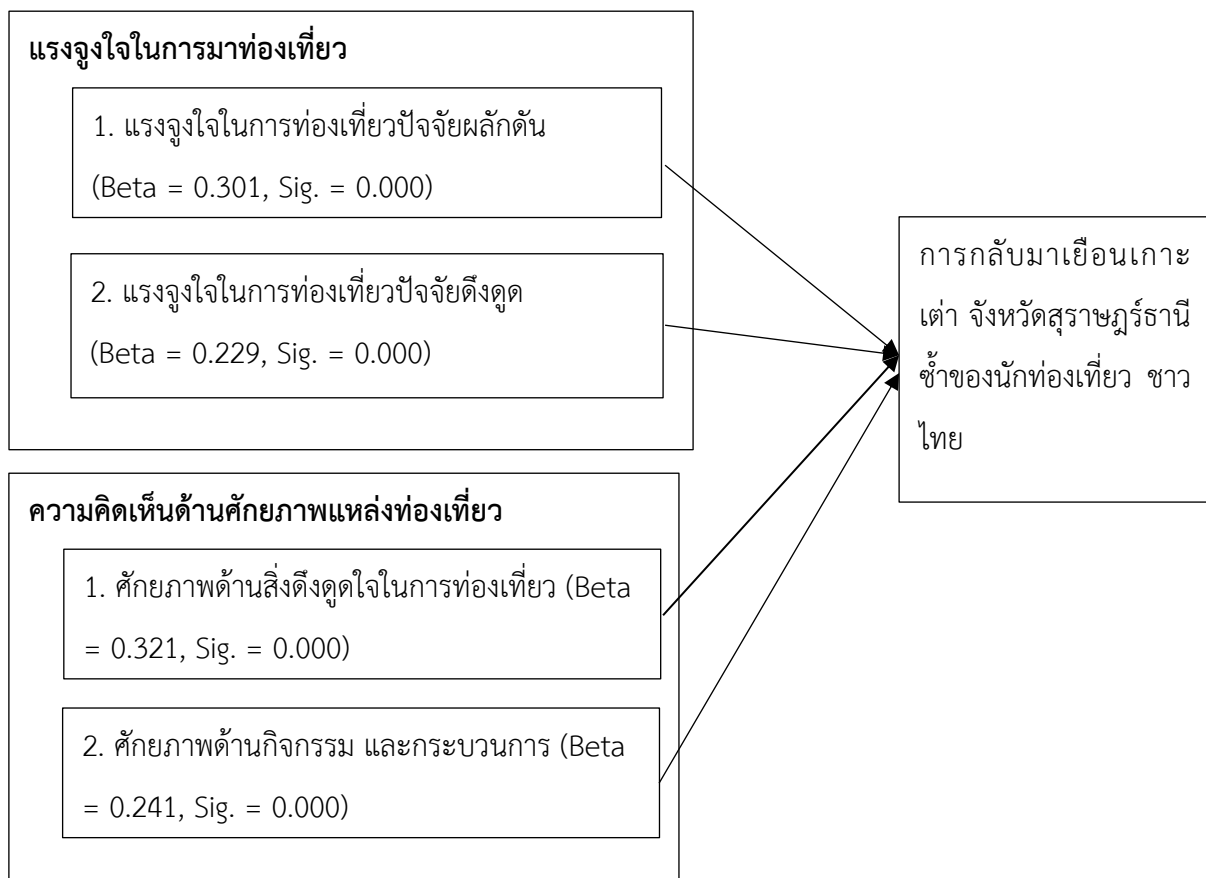
จากค่า $b_4 = .242$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.242 หน่วย (หรือร้อยละ 24.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

มากที่สุด (Beta = 0.321) รองลงมาได้แก่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Beta = 0.241) ตามลำดับ

สรุปผลอิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปผลอิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีผลการวิเคราะห์และมีความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

b	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Beta (β)	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิผลการถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
t	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการ แต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
Tolerance	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
VIF	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
Adjusted R2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์

4.7.1 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานการวิจัย คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานทางสถิติ เขียนได้ดังนี้

H_0 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ก่อนจะทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ Casewise Diagnostics ตรวจสอบพบข้อมูล Outliers ที่มีค่าเศษตกค้างมาตรฐาน (Std. Residual) เท่ากับ -3.504 คือ ข้อมูลชุดที่ 282 ซึ่งข้อมูลชุดนี้มีผลทำให้สมการถดถอยเบี่ยงเบนไป และทำการทำนายค่า Y มีความผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อมูลชุดนี้ออกไปแล้วทำการวิเคราะห์ความถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

(n=399)

Dependent Variable		การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)				
Independent Variable		แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1), แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)				
Model Summary						
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin - Watson		
.446	.199	.195	.53097	1.782		
Analysis of Variance		Sum of Square	DF	MS	F	Sig.
Regression		27.737	2	13.868	49.190	.000
Residual		111.646	396	.282		
Total		139.383	398			
Coefficients						
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.	
	(B)	Std. Error				
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1)	.245	.053	.229	4.658	.000*	
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)	.352	.053	.301	6.104	.000*	
ค่าคงที่ (Constant)	2.099	.230		9.137	.000*	
Collinearity Diagnostics		Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index		
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1)		.835	1.198	15.066		
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)		.835	1.198	19.165		
ค่าคงที่ (Constant)				1.000		
Residuals Statistics						
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation		
Predicted Value	2.9613	5.0876	4.3590	.26399		
Residuals	-1.51488	1.00622	.00000	.52964		
Std. Predicted Value	-5.295	2.790	.000	1.000		
Std. Residual	-2.853	1.895	.000	.997		

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณที่ตัด Outliers คือข้อมูลตัวที่ 282 พบว่า $F = 49.196$, $Sig. = .000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ $.05$ พบว่า $Sig.$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

จากการทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอยค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The Model Errors are Independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 1.782 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระ จึงสรุปได้ว่าไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

จากการตรวจสอบ Multicollinearity ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีค่า Tolerance เท่ากับ 0.835 ทั้งสองตัวแปร ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ มากกว่า 0.40 (Allison, 1999) แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยผลการวิเคราะห์ค่า VIF (Variance Inflation Factor) พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าเท่ากับ 1.198 ทั้งสองตัวแปร ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2013)

การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

โดยที่ Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

X_2 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน

X_3 คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ $.199$ แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.90 ที่เหลืออีกร้อยละ 80.10 เป็นผล จากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ ดังนี้

$$Y = 2.099 + .245X_2 + .352X_3$$

จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปร สามารถอธิบายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน ($Sig. = .000$) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด ($Sig. = .000$) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากค่า $b_1 = 0.245$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.245 หน่วย (หรือร้อยละ 24.5)

จากค่า $b_2 = 0.352$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูดมีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ

ในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มขึ้น 0.352 หน่วย (หรือร้อยละ 35.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูด (Beta = 0.301) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากกว่าแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน (Beta = 0.229)

สรุปว่าสมมติฐานการวิจัยที่ว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถูกต้อง

4.7.2 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานการวิจัย คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานทางสถิติ เขียนได้ดังนี้

H_0 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

H_1 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ก่อนจะทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ Casewise Diagnostics ตรวจสอบพบข้อมูล Outliers ที่มีค่าเศษตกค้างมาตรฐาน (Std. Residual) เท่ากับ -3.326 และ -3.379 คือ ข้อมูลชุดที่ 242 และ 276 ซึ่งข้อมูลทั้งสองชุดนี้มีผลทำให้สมการถดถอยเบี่ยงเบนไป และทำการทำนายค่า Y มีความผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อมูลทั้ง 2 ชุดนี้ออกไปแล้วทำการวิเคราะห์ความถดถอยใหม่อีกครั้งในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

(n=398)

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)				
Independent Variable	ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1), ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3), ด้านกิจกรรม และกระบวนการ (X4), ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม (X5), ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (X6)				
Prediction: Revisitation					
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin - Watson	
.524	.294	.283	.49958	1.755	
Analysis of Variance	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	40.687	6	6.781	27.170	.000
Residual	97.587	391	.250		
Total	138.274	397			
Explanation: Variable in Equation					
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
	(B)	Std. Error			
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1)	.379	.064	.321	5.925	.000
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)	-.016	.053	-.018	-.299	.765
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3)	.083	.069	.081	1.208	.228

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
	(B)	Std. Error			
ด้านกิจกรรม และ กระบวนการ (X4)	.242	.062	.241	3.904	.000
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม (X5)	-.089	.055	-.106	-1.615	.107
ด้านการมีส่วนร่วมของ คนในชุมชน (X6)	.083	.044	.107	1.891	.059
ค่าคงที่ (Constant)	1.544	.227		6.807	.000
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index		
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1)	.614	1.628	16.683		
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)	.484	2.064	20.021		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3)	.403	2.484	22.933		
ด้านกิจกรรม และ กระบวนการ (X4)	.473	2.113	27.503		
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม (X5)	.418	2.395	30.455		
ด้านการมีส่วนร่วมของ คนในชุมชน (X6)	.566	1.767	33.984		
ค่าคงที่ (Constant)			1.000		
Residuals Statistics					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Predicted Value	3.2892	5.0350	4.3618	.32014	
Residuals	-1.47686	1.17405	.00000	.49579	
Std. Predicted Value	-3.350	2.103	.000	1.000	
Std. Residual	-2.956	2.350	.000	.992	

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณที่ตัด Outliers คือข้อมูลตัวที่ 242 และ 276 พบว่า $F = 27.170$, $Sig. = .000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 พบว่า $Sig.$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

จากการทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอยค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The Model Errors are Independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 1.755 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระ จึงสรุปได้ว่าไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

จากการตรวจสอบ Multicollinearity ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งมีค่า Tolerance ระหว่าง 0.403 ถึง 0.614 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ มากกว่า 0.40 (Allison, 1999) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยผลการวิเคราะห์ค่า VIF (Variance Inflation Factor) พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.628 ถึง 2.484 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2013)

การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_4X_4$$

โดยที่ Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

X_1 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

X_4 คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ .294 แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 29.4 ที่เหลืออีกร้อยละ 70.6 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ดังนี้

$$Y = 1.544 + .379X_2 + .242X_3$$

จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวที่สามารถอธิบายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($Sig. = .000$) และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($Sig. = .000$) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในขณะที่ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ที่ไม่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

จากค่า $b_1 = .379$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมี

ความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.379 หน่วย (หรือร้อยละ 37.9)

จากค่า $b_4 = .242$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.242 หน่วย (หรือร้อยละ 24.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด (Beta = 0.321) รองลงมาได้แก่ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Beta = 0.241) ตามลำดับ

สรุปว่าสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถูกต้อง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเต่าตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้วิจัย คือ แบบสอบถาม และผู้วิจัยได้ประมวลผลการวิจัยครั้งนี้โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
- 5.3 การอภิปรายผล
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31 ถึง 40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้าง รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย และน้อยที่สุด คือ ว่างาน หรือไม่ได้ประกอบอาชีพ มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 30,001 ถึง 40,000 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

ระดับความคิดเห็นเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่

ลำดับที่หนึ่ง คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมาก และต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ต้องการปาร์ตี้ ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และยิ่งไปกว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด มีภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดลำดับที่หนึ่ง คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการังและปลาหลากสี อยู่ในระดับมากที่สุด และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับความคิดเห็นเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับมาก และด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก

ระดับความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความประทับใจอย่างมากที่สุดในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้ และต้องการแนะนำอย่างมากที่สุดให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีกเป็นอย่างมากที่สุด และหากได้กลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก จะพักที่เกาะเต่านานขึ้นเป็นอย่างมากที่สุดอีกด้วย

อิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด รวมไปถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน สรุปผลทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานดังกล่าวถูกต้อง หรือยอมรับสมมติฐานดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานที่ 2 ความคิดเห็นด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าสมมติฐานดังกล่าวถูกต้อง หรือยอมรับสมมติฐานดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ในภาพรวมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.3 การอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่ลำดับที่หนึ่ง คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมาก และต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับปานกลาง และยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด มีภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดลำดับที่หนึ่ง คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการังและปลาหลากสี อยู่ในระดับมากที่สุด และ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยว เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเกาะพะงันนั้น อยู่ติดกับเกาะเต่า ผู้วิจัยคาดว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวคล้ายกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากที่สุด คือ มาเพื่อใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ เป็นต้น และพบว่าแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เดินป่า แคมป์ปิ้ง ซักกรยานเสือภูเขา ต้องการได้ชื่อว่าเคยมาเที่ยวเกาะพะงันแล้ว ฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำ เป็นต้น เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว กิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำดูปะการัง ดูปลาหลากสี เป็นต้น

ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ อยู่ในระดับและด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับอสิระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561) เรื่อง การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทาง

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยที่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อมและ ชุมชนท้องถิ่น ในระดับปานกลาง และด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษา อิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นเรื่องความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วยอิทธิพลของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว 1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดัน เช่น ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เป็นต้น 2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด เช่น ที่พักเป็นมาตรฐาน ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น 3. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่น ความงดงามของแนวปะการัง เป็นต้นและ 4. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ เช่น ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อาริรัตน์ วิชรโนธินกุล (2560) เรื่อง ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเภทเกาะเหมือนกัน ผู้วิจัยจึงคาดว่าอิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคล้ายกัน จากการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกัน และอิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. อาหารและคนท้องถิ่น 2. ด้านพนักงานและราคา 3. สิ่งแวดล้อมในบริเวณเกาะ 4. ความปลอดภัย 5. พนักงานเรือและ กิจกรรม และ 6. ด้านที่พัก

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะเต่า คือ เพื่อต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ ชมความสวยงามของธรรมชาติ ชมความงามของหาดทราย ชมความใสของน้ำทะเล เป็นต้น ดังนั้น ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการอนุรักษ์อัตลักษณ์เหล่านี้ให้คงอยู่ รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือการมีกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น จัดให้มีกิจกรรมการปล่อยลูกเต่าคืนสู่ธรรมชาติประจำเดือน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลาย และยังช่วยฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลอีกด้วย

2. ผลการศึกษา พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลอิทธิพลในทางบวกต่อระดับความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับราคาค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกาะให้เป็นมาตรฐาน เช่น การเรียกเก็บค่าเรียนดำน้ำ ค่าเรือ ค่ารถจักรยานยนต์ให้เช่า เป็นต้น ให้มีราคาที่เหมาะสมและดำเนินการจัดกิจกรรมที่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง และยังทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ยังมีข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปต้องใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจหัวข้อดังกล่าวนี้ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนำข้อมูลจาก ผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำผลการศึกษามาปรับปรุงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคตที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2563 (ภาคใต้).
<https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=13034>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). ยุทธศาสตร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4.
https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689
- กวิณธิดา ลอยมา. (2563). แนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย
กรณีศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
<https://repository.nida.ac.th/bitstream/handle/662723737/5578/b212321.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- กองบรรณาธิการไทยรัฐออนไลน์. (2562, 18 กุมภาพันธ์). เปิดรางวัลทั่วโลกมอบให้เมืองไทย. ไทยรัฐออนไลน์.
<https://www.thairath.co.th/business/economics/1498221>
- กานดา คำมาก. (2555). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิต
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครราชสีมา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน]. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลอีสาน. http://www.mpa-mba.ru.ac.th/images/Project/treatise_lopburi01-02082021/6124952511.pod
- งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า. (2560). แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ.2560-
2562). เทศบาลตำบลเกาะเต่า สุราษฎร์ธานี.
- งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า. (2561). แผนพัฒนาท้องถิ่น 4 ปี (พ.ศ.2561-
2564). เทศบาลตำบลเกาะเต่า สุราษฎร์ธานี.
- งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเกาะเต่า. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว.
http://www.kohtao.go.th/news/doc_download/a_070618_143421.pdf
- จารุจน์ กลิ่นดีปสี. (2541). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา:
อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี [ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จุฑามาศ ไชยสร. (2536). การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด
แม่ฮ่องสอน [ปริญญาโทปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนัก
หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Geo/Juthamat_C.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชนิสรา นิยมราษฎร์. (2560). *ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวบนเกาะเต่าจังหวัดสุราษฎร์ธานี* [งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/59930089.pdf
- ทัชชญา ทรงอิทธิสุข. (2560). *การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากมุมมองของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4502>
- นาวพร บุญประสม, เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉวี, ศุภลักษณ์ สุริยะ, อติ เรียงสุวรรณ, ประวีร์ เหวียนระวี, และ วัลยา ชูประดิษฐ์. (2564). *แรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ* กรณีศึกษา: วัดสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 27(1), 113-127. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/apheit-ss/article/view/247790>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าลดราคาโรงแรมที่พัก. (2564, 12 มีนาคม). *PPTV Online*. <https://www.pptvhd36.com/news/เศรษฐกิจ/143632>
- พรพิมล ลอแห, และ มนตรี พิริยะกุล. (2562). *อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และภาพลักษณ์ที่มีต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ปลายทางประเทศไทย: การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างแบบพหุกลุ่มระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว*. *วารสารวิทยาลัยดุสิต*, 13(3), 198-214. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/download/241110/163973/>
- เพลินพิศ วิบูลย์กุล. (2558). *แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation*. Novabizz. <https://www.novabizz.com/NovaAce/Motives.htm>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. <https://dictionary.orst.go.th/>
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2551). *เอกสารประกอบการเรียน การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2560). *การเปรียบเทียบแรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยตั้งในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกา และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน*. *วารสารวิจัยสวนดุสิต สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(1), 1-18. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/186593/131100>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2560). *แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
<http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/161395.pdf>
- วาสนา สุวรรณจิตร. (2564). กลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว บริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย. *วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช*, 32(2), 145-163. <https://so05.tcithaijo.org/index.php/stouj/article/download/209107/159550/787405>
- วิจิต อุ๋อัน. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Vipa_S.pdf
- ศิริจรรยา ประพุดติกิจ. (2553). *การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ* [ปริญญาโทปริญญาตรีปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Sirichanya_P.pdf
- ศิริพร จันทศรี. (2550). *การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชน สังกัด สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่มีระดับการรับรู้ ความสามารถของตนแตกต่างกัน*. ปริญญาโทปริญญาตรีปริญญามหาบัณฑิต [ปริญญาโทปริญญาตรีปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Re_Sta/Siriporn_J.pdf
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นานาวิทยา.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ประสานการพิมพ์.
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. (2564). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*.
<https://www.adt.or.th/page/sustainable-tourism/en>
- สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2556). *คู่มือความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตทางทะเลและชายฝั่งเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). *พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/144706.pdf>
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 3(2), 23-25. https://www.academia.edu/42343484/Article_Text
- อรพรรณ ณ บางช้าง-ศรีเสาวลักษณ์. (2557) *การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์เพื่อสนับสนุนการบริหารการจัดการทรัพยากรทะเล*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรพินทร์ ชูชม. (2555). แรงจูงใจในการทำงาน: ทฤษฎีและการประยุกต์. *วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*, 2(2), 52-61.
- อารีรัตน์ วัชรโนธินกุล. (2560). *ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลกระทบต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Areerath.Wat.pdf>
- อิสระพงษ์ พลธานี, และ อุมภาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(5), 18-39. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/152558/111484>
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ในประเทศไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 21(4), 38-48.
- แอทสยามทัวร์. (2012). *คู่มือเที่ยว เกาะเต่า เกาะนางยวน ฉบับสมบูรณ์*. <https://www.atsiamtour.com/gallery/139>
- Anurak Aimserak (2554, 26 กุมภาพันธ์). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : *Sustainable tourism*. <https://anurak0017dpu-anurakaimserak.blogspot.com/2011/02/sustainable-tourism-4-3-using-resource.html>
- Allison, P. D. (1999). Comparing logit and probit coefficients across groups. *Sociological Methods and Research*, 25(2), 186-208. https://www.researchgate.net/publication/245713924_Comparing_Logit_and_Probit_Coefficients_Across_Groups
- Beach, D. S. (1965). *Personnes: The management of people at work*. Macmillan.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Berelson, B., & Steiner, G. (1964). *Human behavior*. Harcourt, Brace.
- Bywater, M. (1993). The youth and student travel market. *Travel & Tourism Analyst*, 3, 35-50.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Eber, S. (1992). *Beyond the green horizon: Principles for sustainable tourism: A discussion paper commissioned from Tourism Concern by WWF UK*. WWF UK World Wide Fund for Nature
- Longman. (1987) *Dictionary of contemporary*. Longman Press.
- Rittichainuwat, B. N., Qu, H., & Mongkhonvanit C. (2008). Understanding the motivation of travelers on repeat visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 5-21. <https://doi.org/10.1177/135676670708421>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60. <https://eric.ed.gov/?id=ED121845>
- World Tourism Organization. (2005). *Sustainable tourism*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Prentice-Hall.
- Zhang, X. (2012). *The factors effecting Chinese tourist revisit Thailand destination* [Master's thesis, University of Thai Chamber of Commerce]. <https://doi.pangaea.de/10.1594/PANGAEA.803981>
- Zikmund, W. G., Babin, G. J. & Carr, J. C. (2013). *Business research methods* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจ และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล นำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ เพื่อวิเคราะห์และศึกษาแรงจูงใจ และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ แบบสอบถามนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อใคร ๆ ต่อตัวท่าน ดังนั้น ใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 18 – 20 ปี

2.2 21 – 30 ปี

2.3 31 – 40 ปี

2.4 41 – 50 ปี

2.5 51 – 60 ปี

2.4 มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หย่าร้าง

3.4 หม้าย

4. ระดับการศึกษา

4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.2 ปริญญาตรี

4.3 ปริญญาโท

4.4 ปริญญาเอก

5. อาชีพ

5.1 นักเรียน / นักศึกษา

5.2 พนักงานหน่วยงานของรัฐ

5.3 พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง

5.4 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

5.5 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

6.2 10,001 – 20,000 บาท

6.3 20,001 – 30,000 บาท

6.4 30,001 – 40,000 บาท

6.5 ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับระดับแรงจูงใจของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยผลักดัน (Push factor)					
7. ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท่องเที่ยวทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ					
8. ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เดินป่า ปีนเขา					
9. ต้องการได้ซื้อของเคามาเยือนเกาะเต่าแล้ว					
10. ต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ					
11. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย					
12. ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
13. ต้องการพบปะเจอผู้คนใหม่ ๆ					
14. ต้องการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น					
ปัจจัยดึงดูด (Pull factor)					
15. ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล					
16. ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการัง และปลาหลากสี					
17. แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดาราคนดัง					
18. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว					
19. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาถูกลง					
20. ที่พักเป็นมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้					
21. ความเป็นส่วนตัวและเงียบสงบของเกาะ					
22. มีอาหารให้เลือกหลากหลาย					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว					
23. ความงดงามของแนวปะการัง					
24. ความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะ					
25. ความงดงามของชายหาด					
26. ความใสของน้ำทะเล					
27. ความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น					
28. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
29. ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว					
30. ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก					
31. การมีป้าย และสัญลักษณ์ป้ายบอกทาง					
32. สภาพของเส้นทางในการเดินทาง					
33. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
34. คุณภาพของร้านอาหาร/เครื่องดื่ม					
35. คุณภาพของห้องพัก					
36. คุณภาพของเรือโดยสารสาธารณะ					
37. คุณภาพของรถจักรยานยนต์เช่า					
38. คุณภาพของศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว					
39. คุณภาพของสถานรักษาพยาบาล					
40. คุณภาพของแหล่งซื้อปิ้งสินค้าของที่ระลึก					
ด้านกิจกรรม และกระบวนการ					
41. การจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม					
42. ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว					
43. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
44. ธรรมชาติไม่ถูกทำลายจากการทำกิจกรรม					

ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม					
45. ระบบไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยว					
46. น้ำอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว					
47. การกำจัดขยะและถังขยะในแหล่งท่องเที่ยว					
48. คุณภาพระบบการสื่อสาร เช่น สัญญาณโทรศัพท์ Wifi					
49. รถโดยสารสาธารณะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
50. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว					
51. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยลดการใช้ถุงและภาชนะพลาสติก					
52. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการรณรงค์ เช่น การใช้ป้าย การวางเขตแนวปะการัง ฯ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่					

ส่วนที่ 4 ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำที่มีต่อเกาะเต่า	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
53. ฉันมีความประทับใจในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้					
54. ฉันต้องการแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า					
55. หากฉันได้มาเยือนอีก ฉันจะพักเป็นระยะเวลานานขึ้น					
56. ฉันมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีก					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องแก้ไข ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

.....

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

1. รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล

ตำแหน่งและหน่วยงานที่สังกัด ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต (ป.โท)
สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ประวัติการศึกษา
ปริญญาเอก Tourism, University of South Australia, Australia
ปริญญาโท Management, Southeastern Louisiana University, USA
ปริญญาตรี Hotel Management มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ กรุงเทพฯ

2. ผศ.ดร.มณฑกานติ ชูชูวงศ์

ตำแหน่งและหน่วยงานที่สังกัด คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ประวัติการศึกษา
B.A. English, Chulalongkorn University, Thailand
M.Sc. Tourism Studies, University of Surrey, UK
Ph.D. International Management, Asian Institute of Technology (AIT), Thailand

3. ดร.ยุวรี โชคสวนทรัพย์

ตำแหน่งและหน่วยงานที่สังกัด อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ประวัติการศึกษา
ปริญญาเอก ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยทักษิณ
ปริญญาโท อักษรศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศึกษา) ภาควิชาประวัติศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

นายศิวัช คงทอง

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2563

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พ.ศ. 2563

ศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ธุรกิจส่วนตัว