

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ลลิตา สุขมาก

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ ลลิตา สุขมาก ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

10คหวิ มบูร

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

10คหวิ มบูร

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) พันตำรวจเอก ดร. ปกรณ์ มณีปกรณ์)

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำปรึกษาให้แนวคิด และแนวทางในการศึกษาค้นคว้าตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นประโยชน์ที่ได้นำมาศึกษาในการทำวิจัยจนจบสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณกรรมการการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ชสสมศักดิ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) พันตำรวจเอก ดร. ปกรณ์ มณีปกรณ์ ที่ได้กรุณาตรวจสอบงานวิจัยรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่อง ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสำเร็จไม่ได้หากขาดความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวยาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ทั้งหลายอันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ บิดา มารดา บุรพจารย์ และผู้ที่มีพระคุณทุกท่าน ที่ช่วยสนับสนุน ส่งเสริมและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมีความพยายามจนสามารถประสบความสำเร็จในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ลลิตา สุขมาก

52920792 : สาขาวิชา: เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ; ร.ม. (เศรษฐศาสตร์การเมือง
และการบริหารจัดการ)

คำสำคัญ: แรงจูงใจ/ นักท่องเที่ยว/ เกาะเสม็ด/ ระยอง/ การท่องเที่ยวไทย

ลลิตา สุขมาก: แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะ
เสม็ด จังหวัดระยอง (THAI TOURISTS' TOURISM MOTIVATIONS : A CASE STUDY OF
SAMED ISLAND, RAYONG PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: เอกวิทย์ มณีธร,
ว่าที่เรือตรี, ร.ด., สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์, Ph.D., 79 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

งานวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มี
วัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัด
ระยอง กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณ เกาะเสม็ด
จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane's ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่
ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่
(Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ
ทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) และทดสอบความ
แตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20 – 25 ปี ร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.25 ระดับ
การศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 65.50 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 47.75 ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ร้อยละ
62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง 1 – 3 วัน ร้อยละ 94.50 เดินทางมา
ที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 54.50 เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร ร้อยละ 65.25 เลือกพัก
บังกะโล / รีสอร์ท ร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พาย
เรือ เป็นต้น ร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พักผ่อน ร้อยละ 62.25 ไม่ใช้บริการธุรกิจนำ
เที่ยวบนเกาะเสม็ด ร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 42.25
แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ เพื่อน /ญาติ ร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก
ร้อยละ 93.75 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน อันดับที่สูง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย
เป็นอันดับสุดท้าย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	4
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	12
ข้อมูลทั่วไปของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	28
สมมติฐานการวิจัย	29
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
เครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
4 ผลการศึกษา	37
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ	
แบบสอบถาม	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	40
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ เกาะเสม็ด.....	43
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ การท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	47
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก	73
ประวัติย่อของผู้วิจัย	79

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	กระบวนการบริหารงานวิจัย..... 35
2	ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 38
3	ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... 40
4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง..... 43
5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ..... 43
6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 44
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการบริการ 45
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการประชาสัมพันธ์..... 45
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว..... 46
10	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ 47
11	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ..... 47
12	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ 48
13	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ..... 50
14	ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสิ่งดึงดูดใจ..... 50
15	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด..... 51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	52
17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ	54
18 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ	55
19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
20 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิลำเนา	60
22 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิลำเนา	61

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs).....	8
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	28

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านอาหาร บริการซักรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นที่ยอมรับกันว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม (Industry) ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด

ยิ่งวิทยาการมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่มีมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้น เพราะมนุษย์เราต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และต้องการศึกษาหา ความรู้ ประสบการณ์ และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงานรวมทั้งมีความ จำเป็นด้านอื่น ๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือการเดินทางเพื่อร่วม ประชุมสัมมนา (นิศา ชัชกูร, 2548, หน้า 1)

ในปัจจุบันโลกวิวัฒนาการด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วจนแทบตามไม่ทัน นวัตกรรมใหม่ การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ พัฒนาก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ที่สำคัญ คือ มีผล ต่อทุกคนทำให้ต้องมีการติดต่อสื่อสารเพื่อเปิดหูเปิดตามากขึ้น ยิ่งโลกของเรา รวมตัวเป็นหนึ่งมากขึ้นเท่าใด โลกก็มีสภาพเสมือนโลกที่ไร้พรมแดน (Borderless) การเดินทางท่องเที่ยวการติดต่อสื่อสารสามารถกระทำได้ในเวลาไม่กี่วินาที ยิ่งมีการเรียนรู้ การรับรู้ วัฒนธรรม ภาษาและทัศนียภาพของประเทศอื่นมากขึ้นเท่าใด คนก็ยิ่งปรารถนาที่จะเข้าไปสัมผัส ประสบการณ์โดยตรงมากขึ้นเท่านั้น จนทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และทำเงินมากที่สุดให้กับหลายประเทศ และกล่าวได้ว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวพัน ทางการเงินแก่เศรษฐกิจโลกมากที่สุดกว่าได้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีหลายประเภทเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (วินิจ วิรยางกูร, 2532, หน้า 33) ซึ่งการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมนอก ทางหนึ่งสำหรับนักเดินทาง เพราะวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์บ่งบอกถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น

ประวัติความเป็นมาของเกาะเสม็ด เป็นเกาะในตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของระยอง ที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและต่างประเทศ อยู่ห่างจากชายฝั่งบ้านเพประมาณ 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3,125 ไร่ มีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยม เชื่อกันว่าเป็นเกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ของสุนทรภู่ อาจเป็นเพราะที่เกาะเสม็ดนี้มีหาดทรายขาวละเอียดอยู่ทั่วไป เหตุที่ชื่อว่าเกาะเสม็ดก็เพราะมีต้นเสม็ดขาวและเสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก ชาวบ้านนำมาใช้เป็นไม้เพื่อจุดไฟบนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ประมาณ 80% ของพื้นที่ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมมีมรสุมและคลื่นลมจัดมาก เดือนสิงหาคมกันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคมฝนตกชุกส่วนใหญ่เป็นชาวเกาะที่อาศัยอยู่แต่ดั้งเดิม ใช้ชีวิตอยู่กับทะเลลักษณะแบ่งปันกันรู้จักกันแบบทุกบ้านประเพณีบนเกาะส่วนใหญ่เป็นไปตามปกติตามวิถีชีวิตคนไทยอาจเปลี่ยนแปลงไปบางอย่างเนื่องจากต่างพื้นที่กัน แต่ว่ามีหนึ่งอย่างที่เกาะเสม็ดที่เดียว คือการแห่พ่อปู่คารอบ ๆ เกาะโดยใช้เรือ สัญลักษณ์ชุมชนเป็นแบบสังคมชาวเกาะทั่ว ๆ ไป อยู่กันเป็นชุมชนครอบครัว ในเขตรอบ ๆ เกาะ และในเขตชุมชนการท่องเที่ยวอยู่กันแบบเพื่อนบ้านเป็นตึกแถวเป็นส่วนเกาะเสม็ดเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (เกาะเสม็ด, 2554)

เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ไม่มีการพัฒนาเกาะเสม็ดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กล่าวคือ ไม่มีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ โดยไม่พิจารณาขีดความสามารถทางด้านสังคม เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมากขึ้น ทำให้เกาะเสม็ดประสบปัญหาทั้งทางด้านสภาพแวดล้อม เช่น ขยะจากนักท่องเที่ยว การก่อสร้างอาคารที่พัก ร้านค้าแบบสมัยใหม่เพื่อรองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยว อิทธิพลจากวัฒนธรรมใหม่กำลังเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้มีความขัดแย้งกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ปัญหามลพิษซึ่งจะมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นทุกปี และปัญหาชุมชนแออัด การอนุรักษ์วิถีชุมชนและศิลปวัฒนธรรมด้วย จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้ว ในขณะที่เกาะเสม็ดได้รับผลกระทบมากขึ้นในหลาย ๆ ด้าน แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเกาะเสม็ดเป็นจำนวนมากอยู่

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ว่ามีแรงจูงใจอะไร เพื่อวิจัยจะเป็นข้อมูลในการพัฒนาวางแผนและปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตในด้านช่วงเวลาของการศึกษา จะทำการศึกษาดังแต่ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554
2. ขอบเขตในด้านพื้นที่ของการศึกษา จะใช้เขตพื้นที่เกาะเสม็ดเป็นพื้นที่การศึกษา คือหาดทรายแก้ว หาดทรายเงิน และอ่าวไผ่
3. ขอบเขตในด้านเนื้อหา คือตัวแปรของการศึกษารังนี้
 - 3.1 ตัวแปรต้น คือลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่
 - 3.2 ตัวแปรตาม คือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว
4. ขอบเขตในด้านหน่วยวิเคราะห์ของประชากร จะใช้หน่วยวิเคราะห์คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คาดว่าจะสามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว
2. เมื่อได้รับผลการศึกษานำไปประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีแนวความคิดในการที่จะรักษาความเป็นธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป
3. เป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งอื่น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลทั่วไปของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย
6. สมมติฐานการวิจัย
7. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้พบแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้หลากหลายแนวความคิดด้วยกัน ซึ่งแนวความคิดที่สำคัญประกอบด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motive) เป็นองค์ประกอบสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของบุคคล ซึ่งเกิดจากความต้องการที่สามารถกระตุ้นให้อยากรู้อยากเห็นและเกิดความสนใจในการจูงใจใช้ประโยชน์ได้ทั้งในการเรียนและการทำงาน ตลอดจนการดำรงชีวิตของบุคคลทั่วไป จึงต้องศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีความต้องการที่เกี่ยวกับการจูงใจ ซึ่งมีผู้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ไว้แล้ว ดังนี้

วอลเตอร์ (Walters, 1978 อ้างถึงใน สมกมล พวงพรหม, 2546, หน้า 131) ให้ความหมายของ แรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย

ลาวดอน และบิททา (Loundon & Bitta, 1988 อ้างถึงใน สมกมล พวงพรหม, 2546, หน้า 131) ให้ความหมายว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวของผู้นับถือที่เป็นพลังทำให้

ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะสิ่งแวดล้อม

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2528, หน้า 227) กล่าวว่า แรงจูงใจหมายถึง การกระตุ้นหรือก่อให้เกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งเร้าหนึ่ง แรงจูงใจประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วนคือ

1. สิ่งจูงใจ ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ ทศนคติ ลักษณะนิสัย เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย

2. สิ่งจูงใจหรือเครื่องล่อ (Incentive) ได้แก่ สิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกร่างกายซึ่งเป็นตัวที่กำหนดทิศทางของพฤติกรรม การจูงใจจะมีพลังมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับส่วนสำคัญทั้ง 2 ส่วนนี้

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2542, หน้า 62-63) กล่าวว่าเหตุจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันซึ่งทำให้บุคคลมุ่งที่จะแสดงพฤติกรรมเกิดความเคลื่อนไหวของร่างกาย ให้ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 58) ให้ความหมายแรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

สรุป แรงจูงใจหมายถึง สภาวะบางอย่างภายในตัวบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างในลักษณะที่มีเป้าหมาย หรือแรงจูงใจเป็นสิ่งที่ช่วยยื้อให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนต้องการ

สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
2. เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

การจูงใจ (Motivation) เป็นเงื่อนไขของการได้รับการกระตุ้น โดยมีภาระให้ความหมายไว้ดังนี้

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 1991, p. 69 อ้างถึงใน สมกมล พวงพรหม, 2546, หน้า 132) การจูงใจ หมายถึง “แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ” 2. การจูงใจ หมายถึง “แรงขับเคลื่อนที่มีมากและรุนแรง หรือมีความจำเป็นที่จะลดสภาวะความเครียดที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์”

ความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม (Needs, Motives and Behavior) ความต้องการของผู้บริโภค แรงจูงใจ และพฤติกรรมต่างมีคำจำกัดความและสามารถกำหนดให้เห็นความสัมพันธ์

กัน หลักทั่วไป 3 ประการที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรมมีดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ทั้งหมดต้องได้รับการจูงใจหรือถูกกระตุ้น
2. สภาวะของการจูงใจทั้งหมดไม่จำเป็นจะต้องนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม
3. พฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจอาจเกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือไม่ได้เรียนรู้ก็ได้ โดยมี

รายละเอียด ดังนี้

ประการที่ 1 เมื่อไรก็ตามที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมถือว่าบุคคลได้รับการจูงใจ แรงจูงใจต่าง ๆ จะนำไปสู่พฤติกรรมที่มุ่งตอบสนองความต้องการให้เป็นที่พอใจ ตัวอย่างเช่น ร่างกายต้องการแสงหาอาหาร ดังนั้นเมื่อบุคคลเกิดหิวขึ้นมาจะเกิดความรู้สึกหิวเป็นเหตุให้บุคคลต้องแสวงหาอาหาร นั่นคือ ถ้าปราศจากความหิวก็ไม่มีเหตุผลอันใดที่บุคคลจะต้องรู้ตัวถึงความขาดของร่างกาย ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นตัวเชื่อมระหว่างความต้องการกับพฤติกรรม

ประการที่ 2 การจูงใจที่เป็นอยู่ในเวลานี้สามารถนำไปสู่การไม่เกิดพฤติกรรมได้ เมื่อไม่มีการกระทำใด ๆ ผู้บริโภคจะไม่กระทำการใด ๆ เมื่อไม่มีโอกาสที่จะกระทำ หรือแรงจูงใจไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจได้รับการจูงใจให้อยากได้รถยนต์หรือเสื้อผ้าราคาแพง แต่ไม่สามารถจะคาดหวังว่าจะมีเงินมาซื้อ ได้ทำให้ไม่เกิดการซื้อสินค้าที่ต้องการนั้นได้ ฉะนั้น จึงไม่เกิดพฤติกรรม

ประการที่ 3 พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจสามารถเป็นได้ทั้งพฤติกรรมที่มีการเรียนรู้หรือไม่มีการเรียนรู้ก็ได้ สำหรับพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้ (Learned Behavior) จะได้มาจากการแก้ไขปัญหาหรือการมีประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้จะเป็นเรื่องธรรมดาที่พบมากที่สุดและมีความซับซ้อนมากที่สุดด้วยในบรรดาประเภทของพฤติกรรมมนุษย์ ตัวอย่างเช่น เด็กเรียนรู้ที่จะชอบทานนมหวานมากกว่านมจืด เป็นต้น ถ้าพฤติกรรมใดของบุคคลได้รับความพอใจก็จะเป็นการลดสภาวะความตึงเครียดลงไปได้ แต่ถ้าพฤติกรรมใดที่บุคคลได้รับไม่เป็นที่พอใจ ก็จะเป็นการลดสภาวะความตึงเครียดลงไปได้ แต่ถ้าพฤติกรรมใดที่บุคคลได้รับไม่เป็นที่พอใจ บุคคลก็จะยังคงอยู่ในสภาวะของการได้รับการจูงใจ และมีพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการต่อไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะบรรลุความพอใจ ให้บุคคลเกิดความพึงพอใจไว้ ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบการกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่นร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการอยู่ร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545, หน้า 71)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยูใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

2. สิ่งกีดขวางความต้องการคือ สิ่งต่างๆที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลงค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) ปัจจัยทางสังคม (กลุ่มอ้างอิงทัศนคติทางวัฒนธรรม) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (ความเล็งทางการท่องเที่ยว)

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทัศนคติและการมองภาพแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยวหมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวนักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

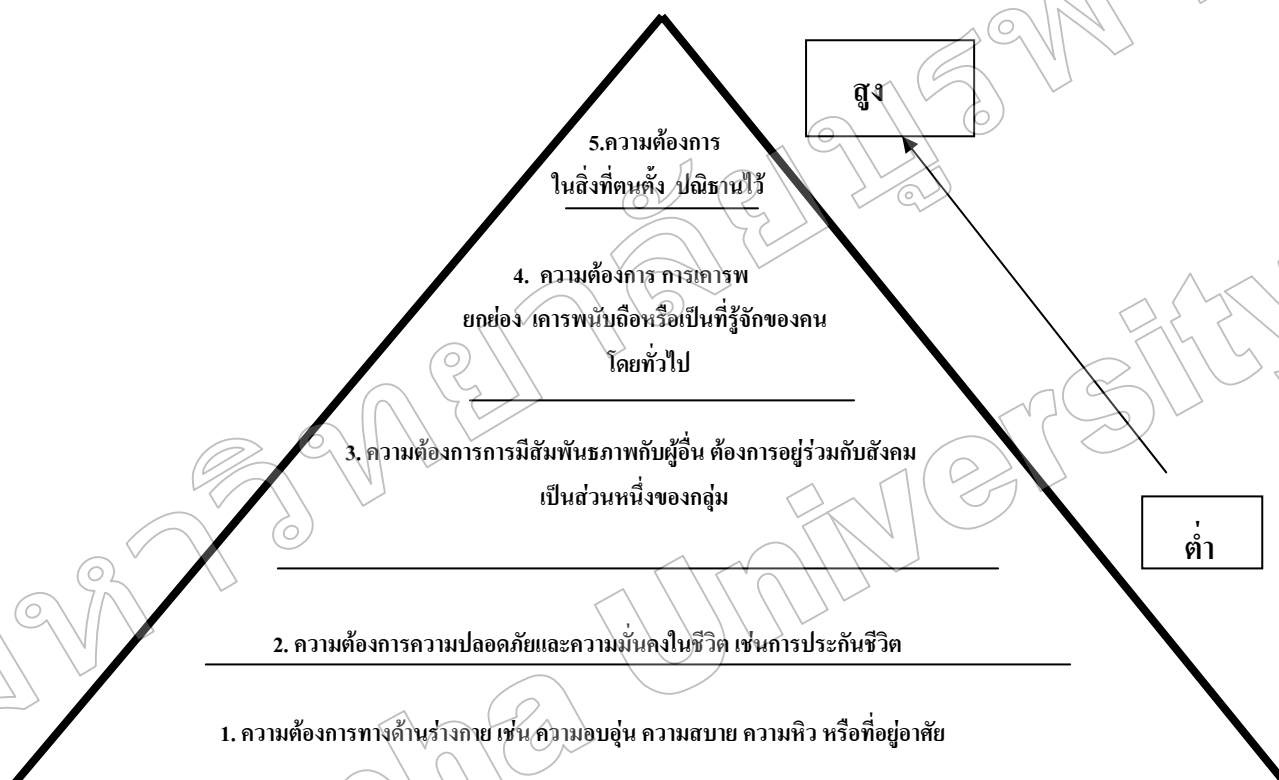
สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation)

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุ ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้ในการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ที่สำคัญ คือ

1. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ และความรู้สึก เป็นต้น

2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นของสองประเภททางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามลำดับที่ต้องการ บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยวมีพื้นฐานระดับขั้นของความ ต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ดังนี้



ภาพที่ 1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) (สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ, 2545, หน้า 71)

จากทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ทฤษฎีนี้ได้เสนอความต้องการในด้านต่าง ๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคมและความต้องการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่า และการพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูง ๆ ได้ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประการ คือ Dann (1981 อ้างถึงใน
ชีวพันธ์ วุฒิพันธ์ และคณะ, ม.ป.ป., หน้า 46)

1. การท่องเที่ยวเป็นสิ่งทดแทนความต้องการที่ขาดหาย
2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว
3. ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว

4. ข้อมูลข่าวสาร สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว
6. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว
7. สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและกำหนดรูปแบบด้วยตัวของมันเอง

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่า สันมรดกทางธรรมชาติและสันมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นก็
เป็นปัจจัยที่สำคัญดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น
ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบ
พื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทุกๆพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม
ประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและ
ความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว
ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายใต้อารมณ์ความแตกต่างในเรื่องฉากของธรรมชาติ ความน่าสนใจของ
แหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้น 2 ประการ คือ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538, หน้า 38-44)

- 1.1 สถานที่ที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำ ซึ่งสภาพของ
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผา
มุงสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงาม สามารถดึงดูด
ความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

- 1.2 เหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event) ในบางฤดูมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้
สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจที่
ดึงดูดคนมาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี ซึ่งในงานจะมีการแสดง แสง สี
เสียงประกอบละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงาน
ขนมหวานเมืองเพชร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนหรือมีการแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบของศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน จารีต ประเพณี

1.4 ซาคิพันธ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมชมญาติและเพื่อน คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินเดิมของตนเอง

1.5 แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิง มิใช่หมายถึงสถานเริงรมย์ยามราตรีอย่างเดียว แต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่สำคัญ มีอยู่ 4 ประการ (Mill, 1982 อ้างถึงใน กิตยา สมมาตย์, 2541, หน้า 54)

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราว ที่พักอาจมีหลายประเภทเช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสท์เฮ้าส์หรือพักที่มีลักษณะอื่น ๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่ขึ้นรถแท็กซี่

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ที่สำคัญได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

3. การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ว่าระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

4. การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสม นอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้ว โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

กระบวนการจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมของการท่องเที่ยว

แรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางมาเพื่ออะไรและคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545, หน้า 73-76)

ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพทางเศรษฐกิจที่ดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการเงินซื้อสูง และมีโอกาสเดินทางไปเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่
2. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler Fedler ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน
3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมรูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้
4. ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกีดกันหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน
5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้นนอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้
6. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมและการตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึงความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทางซึ่ง มาสโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องปัจจัยผลักดันไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมการแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียดและได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นกาตอบสนองความต้องการทางกาย
2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง
3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตน ได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้น ๆ
4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และได้รับสิ่งความอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่สร้างเสริมความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน
5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตัวเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตน ได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงผลรวมของประสบการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการที่ดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ (McIntosh & Goeldner, 1986)

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวหมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมชมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมทางวิชาการ ทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทาง

ธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการศึกษาวิจัย โดยผู้ที่มาเยือน สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ (อาทิตย์ ศิริธร, 2541)

นิคม จารุมณี (2536) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเดินทาง เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม สถานขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึก สถานบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการบริการต้อนรับนักท่องเที่ยว พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522 ได้กำหนดขอบเขต และความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมใด ๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีค่าตอบแทน และหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว สถานบริการและสถานที่ตากอากาศ สำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจรถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยว และการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง การออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยว

ในการจำแนกถึงที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็นประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 7 ประเภท (Smith, 1977 อ้างถึงใน นิคม จารุมณี, 2536) คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อที่จะสังเกตการ แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงการไป เยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนา
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสชีวิตและ บางกรณีก็เข้าไปร่วมใช้ชีวิตชีวิตเก่า ๆ ที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือสัมผัสในท้องถิ่นเก่าที่มีสีสันดึงดูดใจ เช่น งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในด้าน ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และแหล่งโบราณคดีที่เป็นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือน อนุสรณ์สถาน วัด วัง การแสดงแสง-เสียง เหตุการณ์สำคัญในอดีต เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายการท่องเที่ยวเพื่อ ชาติพันธุ์ กล่าวคือดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็น

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการเล่นชมน้ำ
ต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในกลุ่มนี้

5. ท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมแข่งกีฬา การ
อาบแดด การสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ เช่น ชายหาด สนามกอล์ฟ การส่งเสริม
การท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) ได้แก่การประชุม การพบปะกัน หรือการ
สัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
เกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่ง
ท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอะไร

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็น
รางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้าน เพื่อการดูงาน การประชุม
ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อนันทนาการ

ประเภทของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว เป็นคำที่มาจากภาษาอังกฤษว่า Tour ซึ่งแปลว่าท่องเที่ยวหรือทัศนจร หรือ
การเดินทางเป็นวงกลม (Circular Trip) ที่มีจุดเริ่มต้นที่หนึ่งแล้วก็จะกลับมาอยู่ที่เดิมหลังจากการ
เดินทางตามรายการหรือกำหนดการที่จัดไว้ล่วงหน้า (นิคม จารุมณี, 2536)

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนยังที่ต่างถิ่นอันมิใช่ถิ่นพำนักอาศัย
ประจำของบุคคลนั้น เป็นการเดินทางไปเยือนชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิได้เดินทางไปประกอบ
อาชีพหารายได้แต่อย่างใด (อาทิตย์ ศิริธร, 2541) ส่วนนักทัศนจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่
เดินทางมาเยือนไม่ค้างคืน มาเพื่อความเพลิดเพลิน ใช้เวลาพำนักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และผู้มา
เยือนหรือผู้มาเยี่ยมเยือน (Visitor) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งซึ่งมิใช่
ประเทศถิ่นพำนักอาศัยปกติประจำวันของตนเอง และการเดินทางไปเยือนนั้นจะเดินทางไปด้วย
เหตุผลอย่างหนึ่งอย่างใด หรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ต้องมีใจเข้าไปประกอบอาชีพหารายได้ใน
ประเทศนั้น (McIntosh & Goeldner, 1986)

จากนิยามดังกล่าว สามารถแบ่งผู้มาเยือน ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้มาเยือนที่ค้างคืน
หรือนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนไม่ค้างคืน หรือนักทัศนจร ซึ่งพำนักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรม รสนิยม และแบบแผนในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
ไป จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่ม ดังนี้ (Plog, 1973 อ้างถึงใน อาทิตย์ ศิริธร, 2541)

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง กลุ่มนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวที่คิดหรือ
สนใจแต่ปัญหาเล็ก ๆ ในชีวิตของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการ

ทดลองสิ่งแปลกใหม่ทั้งที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งยุ่งยากและมีเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง เป็นพวกที่อยู่กึ่งกลางระหว่างกลุ่มเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลางและกลุ่มเดินสายกลาง

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง เป็นพวกที่ไม่มากที่สุดไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ได้ชอบผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองใหม่ ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มนี้

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอควร เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างเดินสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย เป็นกลุ่มที่มีความสนใจกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกเปิดเผยและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมากและเต็มใจออกไปเผชิญโชคเผชิญชีวิต การเดินทางจะเป็นช่องทางให้พวกเขาได้แสดงออกมาซึ่งความอยากรู้อยากเห็น ได้ทดลองของใหม่ๆ ทั้งที่พัก อาหารการกิน และการบันเทิง

จากสาระที่ได้กล่าวมาผู้วิจัย สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน การศึกษาสังเกตหรือการเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม รวมถึงการร่วมประชุมสัมมนาในสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่พวกพักค้างคืน เรียกว่า นักท่องเที่ยว และพวกที่มาเที่ยวน้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือไม่พักค้างคืน เรียกว่า นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวยังจำแนกได้เป็นหลายกลุ่มตามพฤติกรรมและแบบแผนในการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง กลุ่มที่เน้นตัวเองปานกลาง กลุ่มที่เดินสายกลาง กลุ่มที่ชอบความหลากหลายพอควร และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

บทบาทและความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรง และ โดยอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวถือเป็นสินค้าประเภทบริการที่มองไม่เห็นด้วยสายตา ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม การเมือง ดังต่อไปนี้ (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2539, หน้า 35 - 37)

1. มาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และ กระจายโอกาสการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ทั้งทางตรง เช่น การจ้างงานบุคลากรในโรงแรม การขนส่ง บริการนำเที่ยว บริการให้เช่าสินค้า และ บริการต่าง ๆ หรือทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์ โรงแรม คนงานทอผ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร คนงานจุดต่อ พนักงานธนาคาร ฯลฯ

บุคคลเหล่านี้เมื่อมีอาชีพ รายได้ ย่อมมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า และ บริการที่จำเป็น เพื่อการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น

2. ความสะดวกสบายจากกิจการสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่รัฐจัดทำขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นย่อมได้รับประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และอื่น ๆ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้ ย่อมส่งผลดีแก่สภาพความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายในท้องถิ่นได้ทั้งสิ้น

3. การเดินทางท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษยชาติได้เคยประกาศในปี ค.ศ. 1967 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวสากลและกำหนดคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเป็นหนทางไปสู่สันติภาพ” (Tourism is a passport to peace) เพราะเมื่อมีการเดินทางไปยังท้องถิ่นต่าง ๆ ผู้คนมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ได้เห็น และ มีโอกาสถ่ายทอด และ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และนำกลับไปเผยแพร่ ยังภูมิภาคของตน

4. การท่องเที่ยวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรนั้น ทนทาน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่น ฯลฯ ของท้องถิ่น ทำให้เกิดความความต้องการที่จะค้นคว้าอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และ ธรรมชาติเหล่านี้ ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ได้

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา คือ ช่วยให้มีโลกทัศน์กว้าง มีความรู้ และประสบการณ์ที่พบเห็นด้วยตนเอง มีประโยชน์สามารถนำมาปรับใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้

6. การท่องเที่ยวจะช่วยลดปัญหาการอพยพหลังไหลเข้าไปแออัดในเมืองหลวง เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่น ประกอบอาชีพรายย่อย หรือทำอุตสาหกรรมภายในครอบครัว เมื่อคนเหล่านี้มีงานทำ ย่อมไม่อพยพไปแออัดขัดเคืองในเมืองหลวง และอาจจะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมได้

7. ใช้ทรัพยากรไร้ค่าให้เกิดประโยชน์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือ ไร้ค่า มาประดิษฐ์คิดค้นเป็นของใช้ ของที่ระลึก ในรูปของสินค้าพื้นเมือง จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น เอาเปลือกหอยมาประดิษฐ์เป็นของประดับบ้าน ก่อให้เกิดรายได้และใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์เพิ่มคุณค่า

8. เกิดทัศนคติที่ดี ความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยว จะช่วยให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ยามเมื่อมีโอกาส และช่องทางที่ให้ความช่วยเหลือ ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านดีได้

9. การท่องเที่ยวจะช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม กล่าวคือ เมื่อสถานที่นั้น ผู้คนมีงานทำ มีความเป็นอยู่ที่ดี และมีคนอยู่พลุกพล่าน จะทำให้ผู้ก่อการร้ายไม่มีโอกาสโจมตีรัฐบาล

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปที่ได้จะต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิต และ ทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยทำการศึกษากำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบอนุรักษ์และขอให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมายคำว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบอนุรักษ์อย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาโครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบอนุรักษ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวอนุรักษ์ได้แนวความคิดที่ได้รับความนิยมของไชเลย์ และคณะ (Shirley et al. 2006 อ้างถึงใน สมชาย เฑชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง, 2545, หน้า 4-8) ได้นำมาแพร่หลายในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคือ “เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของสังคมปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนศักยภาพในการพัฒนาของคนยุคหน้า ในการแสวงหาการตอบสนองความต้องการของคน” จนขยายครอบคลุมมาเป็นการพัฒนาเป็นหลักการดังต่อไปนี้ (สมชาย เฑชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง, 2545, หน้า 4-8)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีหลักการ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542, หน้า 2-11 -2-12 ; นำชัย ทนุผล, 2542, หน้า 20-21 อ้างถึงใน สมชาย เฑชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง, 2545, หน้า 4)

1. ควรเป็นการใช้ทรัพยากรให้ยั่งยืน (Using Resource Sustainable) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งเป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว (Reducing Over - consumption and Waste)

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Maintaining Diversity)

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว (Integrating Tourism into Planning)

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย (Supporting Local Economics)

6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย (Involving Local Communities)

7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นในการที่จะร่วมกันไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน (Consulting Stakeholders and the Public)

8. การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff)

9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย (Marketing Tourism Responsibly)

10. การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน (Undertaking Research)

สรุปได้ว่า แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึง

จะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้หลักการพื้นฐานของความยั่งยืน จะต้องได้รับการปฏิบัติโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่จำเพาะแต่การท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง การท่องเที่ยวขนาดเล็ก การท่องเที่ยวราคาแพงหรือการท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดบน (Elite Market) เท่านั้น หากยังรวมถึงการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (Mass Market) ด้วย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่ถึงแนวคิดพื้นฐานและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ ดังนี้

แนวคิดพื้นฐานเชิงอนุรักษ์ประกอบด้วย

1. การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
4. การให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. ยึดสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นหลัก ความหลากหลายทางชีวภาพ ความเป็นเอกลักษณ์ของสรรพสิ่งความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ (Principles of Sustainable Design Related to Ecotourism)
2. สร้างรูปแบบการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่นในระดับมหภาคขึ้น แต่แบ่งเป็นเขต ๆ (Regional Environmentally Based Tourism Development Planning Model)
3. มุ่งจัดการเชิงพาณิชย์พร้อมทั้งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป (Greening Mass Tourism)

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) ที่หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural - based Tourism) และแหล่งวัฒนธรรม (Cultural - based Tourism) อันจะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

ข้อมูลทั่วไปของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

เกาะเสม็ด เป็นเกาะในตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของระยอง ที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและต่างประเทศ อยู่ห่างจากชายฝั่งบ้านเพประมาณ 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3,125 ไร่ มีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยม เชื่อกันว่าเป็นเกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ของสุนทรภู่ อาจเป็นเพราะที่เกาะเสม็ดนี้มีหาดทรายขาวละเอียดอยู่ทั่วไป เหตุที่ชื่อว่าเกาะเสม็ดก็เพราะมีต้นเสม็ดขาวและเสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก ชาวบ้านนำมาใช้เป็นที่เพื่อจุดไฟ

บนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ประมาณ 80% ของพื้นที่ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-กันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคมมีมรสุมและคลื่นลมจัดมาก เดือนสิงหาคมมีฝนตกชุกส่วนใหญ่เป็นชาวเกาะที่อาศัยอยู่แต่ดั้งเดิม ใช้ชีวิตอยู่กับทะเลลักษณะแบ่งปันกันรู้จักกันแบบทุกบ้าน

ภูมิประเทศ

สภาพที่ตั้ง ภูมิประเทศ อยู่บริเวณอ่าวไทย ออกจากชายฝั่ง อำเภอบ้านเพ จังหวัด ระยอง 6.5 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งเกาะโดยประมาณ 3,125 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นแนวหินเขาดินแดง และมีพื้นที่ราบลุ่มทางด้านเหนือและด้านตะวันออกของเกาะ สภาพเกาะมีสันเขเป็นแกนยาวจากตัวเกาะด้านเหนือมาทางใต้ ฝั่งตะวันตกของเกาะ เป็นหน้าผาสูงชันและลาดชันลงสู่ฝั่งตะวันออกที่มีชายหาดเว้าแหว่ง ส่วนฐานของเกาะอยู่ด้านทิศเหนือ ซึ่งหันเข้าสู่ฝั่งบ้านเพ มีภูเขาสลับซับซ้อนกันอยู่ 2-3 ลูก มีที่ราบอยู่ตามริมฝั่งชายหาด ส่วนใหญ่จะอยู่ทางด้านเหนือและตะวันออกของเกาะ ในบริเวณปลายแหลมด้านใต้มีเกาะเล็ก ๆ อยู่ใกล้ ๆ 3 เกาะ คือ เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม และเกาะหินขาว ซึ่งเป็นหินล้วน ไม่มีดิน ไม้ เป็นที่ อาศัยและวางไข่ของนกนางนวล

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ด

อ่าวกลาง อยู่ทางตอนเหนือของเกาะ มองเห็นจากฝั่งบ้านเพ มีหาดทรายขาวยาวประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของชุมชน หมู่บ้านเกาะเสม็ด และเป็นที่ยอดเรือท่องเที่ยว

หาดทรายแก้ว อยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะห่างจากหมู่บ้านเกาะเสม็ดประมาณ 800 เมตร เป็นหาดทรายที่สวย ที่สุดของเกาะ เป็นหาดทรายละเอียดขาว สะอาด ยาวประมาณ 780 เมตร

อ่าววงเดือน อยู่ทางด้านตะวันออกทางตอนกลางของเกาะ เป็นอ่าวโค้งคล้ายพระจันทร์ครึ่งดวง หาดทรายขาวสะอาดยาวประมาณ 500 เมตร หาดอ่าวพร้าว เป็นหาดเดียวที่อยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะมีความยาวประมาณ 200 เมตร นอกจากนี้ยังมีอ่าวและหาดที่สวยงาม อีกมาก ได้แก่ หาดหินโค้ง อ่าวพร้าว อ่าวไผ่ อ่าวทับทิม อ่าวนวล อ่าวคอก อ่าวซ้อ อ่าวเทียน อ่าวห้วย อ่าวกีนอก และอ่าวกระรัง

ประเพณี และวัฒนธรรม

ประเพณีบนเกาะส่วนใหญ่เป็นไปตามปกติตามวิถีชีวิตคนไทยอาจเปลี่ยนแปลงไป บางอย่างเนื่องจากต่างพื้นที่กัน แต่ว่ามีหนึ่งอย่างที่มิทีเกาะเสม็ดที่เดียว คือการแห่ฟองปูดำรอบ ๆ เกาะ โดยใช้เรือ

สัญลักษณ์ชุมชน

เป็นแบบสังคมชาวเกาะทั่ว ๆ ไป อยู่กันเป็นชุมชนครอบครัว ในเขตรอบ ๆ เกาะ และในเขตชุมชนการท่องเที่ยวอยู่กันแบบเพื่อนบ้านเป็นตึกแถวเป็นส่วนใหญ่

ภาษา

บนเกาะโดยทั่วไปของประชากรที่อาศัยอยู่บนเกาะจะสื่อสารภาษาพื้นเมืองของจังหวัดระยอง และมีการใช้ภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพ เพราะบนเกาะมีชาวต่างชาติมาท่องเที่ยว

ศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่บนเกาะนับถือ ศาสนาพุทธ บนเกาะมีวัดเพียงวัดเดียว

การคมนาคม

การเดินทางไปยังเกาะจะใช้เรือโดยสารข้ามไปเกาะ ส่วนการเดินทางภายในเกาะคนส่วนใหญ่ ใช้การโดยสารรถแท็กซี่ เป็นรถกระบะที่วิ่งทั่วทั้งเกาะและใช้รถจักรยานยนต์ เป็นส่วนใหญ่ ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว

ทรัพยากร

มีดิน เสม็ด ขาว และ เสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก บนเกาะเสม็ด ไม่มีแม่น้ำลำคลอง เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ประมาณ 80% ของพื้นที่

ประชากร

จำนวนประชากร ที่เป็นคนไทยที่ใช้ชีวิตบนเกาะ โดยประมาณ 1,500 คน และเป็นแรงงานชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานบนเกาะเกือบ 1,000 คน (สารานุกรมเสรี, 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภา จันทร์ตรี (2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 6,001 – 12,000 บาท ระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง ด้านความปลอดภัย ด้านคมนาคม ด้านที่พัก และ ระดับทัศนคติโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับไม่แน่ใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวกับ

เพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และเลือกบังกะโล ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าที่พัก และ ค่าอาหาร นักท่องเที่ยวประทับใจธรรมชาติ การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง และ สื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ นิตยสารการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเกาะช้าง ได้แก่ เพศ อายุ และ ประสบการณ์ความประทับใจในการท่องเที่ยว

สุรดี ชิดชอบ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราดโดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด และ 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณเกาะช้าง ในช่วงเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2547 จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบไคสแควร์ผลการศึกษาพบว่า 1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราดในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวมและรายข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก 2. การประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .053. แนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กิ่งอำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย เพิ่มถังขยะ ที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้นประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและข้อมูลทันสมัย ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว และไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาด ราคาห้องพัก เพิ่มการให้บริการด้านการคมนาคมความปลอดภัยและพัฒนาจุดชมวิวกว้างมากขึ้น

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งความคิดเห็นที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพสมรส ส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

วรัตย์ สุวรรณภักดี (2547) ศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เดินทางไปท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบริเวณสถานที่ ด้านบริหารจัดการโดยทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งโดยรวม และ จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ลักษณะการมาท่องเที่ยว มีความคิดเห็น เห็นด้วย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการบริหารจัดการโดยทั่วไปมีความคิดเห็น เห็นด้วย อยู่ในระดับปานกลาง

ศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2547) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเพชรน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ และ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่า ภาครัฐ ควรเสริมสร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ ทั้งในภาครัฐเอง และ ในภาคเอกชนในต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

เสริมสกุล เสรีจกิจ (2547) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการนักท่องเที่ยว และ ด้านสินค้า ของที่ระลึก ทั้งโดยรวม และจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา อาชีพ และ รายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสินค้าของที่ระลึก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ปรีศณี หาญสมศรี (2549) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ อายุ และระดับการศึกษา และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษามีผลทำให้ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน

บุญรักษ์ กุณาผล (2543) ศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจในการให้และใช้บริการรถตู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้รถตู้และรถโดยสารปรับอากาศให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการเดินทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสบายในการเดินทาง ความแน่นอนในการให้บริการ ความปลอดภัย ความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ ค่าโดยสารและลักษณะของผู้ให้บริการเรียงตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่ารถตู้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ผู้ใช้รถตู้มีความพึงพอใจสูงกับปัจจัยที่ผู้ใช้รถตู้ให้ความสำคัญมาก ในขณะที่ผู้ใช้รถโดยสารกลับมีความพึงพอใจน้อยกว่าปัจจัยที่ผู้ใช้รถโดยสารให้ความสำคัญมาก ในส่วนการให้บริการพบว่า ผู้ให้บริการรถตู้และรถแท็กซี่ให้ความสำคัญกับรายได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่าย ความปลอดภัยจากการให้บริการ ความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ ความสะดวกในการให้บริการ การยอมรับจากบุคคลต่าง ๆ และความสบายในการให้บริการเรียงตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า รถตู้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการได้ปานกลาง กล่าวคือ ผู้ให้บริการรถตู้มีความพึงพอใจปานกลางกับปัจจัยที่ผู้ให้บริการรถตู้ให้ความสำคัญมาก ในขณะที่ผู้ให้บริการรถแท็กซี่กลับมีความพึงพอใจน้อยกว่าปัจจัยที่ผู้ให้บริการรถแท็กซี่ให้ความสำคัญมาก

สมเพชร ไชยวุฒิ (2540) ศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้บัณฑิตคณะแพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ และเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เข้ารับราชการ ปัจจัยที่ยังคงได้รับราชการอยู่ต่อไปภายหลังจากการพ้นพันธะตามสัญญาการเป็นนักศึกษาแล้ว ปัจจัยที่ผลักดันให้บัณฑิตเลือกที่จะประกอบอาชีพอื่น และปัจจัยที่ทำให้ลาออกจากราชการในขณะที่ยังรับราชการชุดใช้ไม่ตรงกำหนดเวลา ผลการวิจัยพบว่า ความสำคัญระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพมีดังต่อไปนี้ 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นปัจจัยด้านบวกหรือปัจจัยดึงดูดให้บัณฑิตเข้ารับราชการและยังคงรับราชการอยู่ต่อไป ได้แก่ 1.1 ความมั่นคงและหลักประกัน

ของทางราชการ 1.2 โอกาสที่จะได้ช่วยเหลือคนอื่น 1.3 ความที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัจจัยที่มีผลในทางลบหรือปัจจัยผลักดัน ได้แก่ 1.4 การได้อยู่ร่วมกับครอบครัวและดูแลครอบครัว 1.5 เงินเดือนหรือค่าจ้างที่จะได้รับ 2. ปัจจัยด้านการศึกษา/ฝึกอบรมมีผลในทางลบต่อการเข้ารับราชการ 3. ปัจจัยด้านระบบบริหาร ได้แก่ ภาวะและปริมาณงานที่ต้องปฏิบัติและการทำงานตามกฎระเบียบของทางราชการ 3. ปัจจัยด้านระบบบริหาร ได้แก่ ภาวะและปริมาณงานที่ต้องปฏิบัติและการทำงานตามกฎระเบียบของทางราชการ มีผลในทางบวกต่อการเข้ารับราชการ 4. ปัจจัยด้านส่วนตัวไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

ณรงค์ศักดิ์ เดชอุดม (2534) ศึกษาแรงจูงใจของบุคคลในการเข้ามาสมัครรับเลือกตั้งเป็น สมาชิกสภาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสภาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีมูลเหตุจูงใจ ในการสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาจังหวัดแตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว สมาชิกสภาจังหวัดกลุ่มนี้มีมูลเหตุจูงใจในการสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาจังหวัดเพราะต้องการอำนาจ รายได้ ชื่อเสียงเกียรติยศ ความสะดวกสบายและความมั่นคง 2. กลุ่มที่มุ่งรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ได้แก่ สมาชิกสภาจังหวัดที่มีอาชีพรับจ้าง การศึกษาดำกว่าปริญญาตรี รายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน อายุระหว่าง 25-35 ปี

เชษฐา ทองยิ่ง (2540) ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมทางการเมืองในมหาวิทยาลัยของ ผู้นำนักศึกษาศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกสภานักศึกษาและคณะกรรมการองค์การนักศึกษา มหาวิทยาลัย รามคำแหง ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้นำนักศึกษาที่มาลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภานักศึกษาและคณะกรรมการองค์การนักศึกษามีแรงจูงใจต่าง ๆ กันดังนี้ 1.1 ต้องการทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ แก่นักศึกษา และมหาวิทยาลัย รวมถึง การรักษาสีทึบประโยชน์ต่าง ๆ แทนนักศึกษาด้วย อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากความต้องการทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แล้ว ผู้นำนักศึกษบางส่วนต้องการงบประมาณในการทำกิจกรรมนักศึกษาเพื่อผลประโยชน์บางอย่างด้วย 1.2 ต้องการได้รับประสบการณ์ จากการทำกิจกรรมนักศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ ต่อชีวิตการทำงานหรือเพื่อเป็นนักการเมือง 1.3 ต้องการได้รับชื่อเสียงเกียรติยศ และการยอมรับนับถือจากผู้อื่น 2. การกำหนดสมมุติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่า 2.1 จำนวนปีที่ศึกษาตำแหน่งปัจจุบันในสภานักศึกษาหรือองค์การนักศึกษา จำนวนครั้ง (สมัย) ที่ได้รับการเลือกตั้ง การเคยไปพรรคนักศึกษา พรรคอื่น ๆ และแรงจูงใจในการตอบสนองความต้องการของจิตใจ ไม่มี ความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมทางการเมืองในมหาวิทยาลัยของผู้นำนักศึกษา

รพีพล ยูวะนิคม (2536) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยมีดังนี้ 1. นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของกองประชาสัมพันธ์สำนักงาน

ในประเทศ 22 แห่ง และสำนักงานต่างประเทศ 17 แห่ง มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ มีนโยบายเป็นหลักในการวางแผน แผนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการกำหนดรายละเอียด ของแผนอย่างชัดเจนแต่ไม่มีการประเมินผลโดยตรง 2. ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์สำนักงานใหญ่ มีการแบ่งส่วนงานอย่างชัดเจนและแบ่งหน้าที่การรับผิดชอบตามความชำนาญของบุคลากร แต่สำนักงานในประเทศและสำนักงานต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งส่วนงาน เนื่องจากไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยตรงจึงอาศัยการทำงานร่วมกัน ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศและสำนักงานต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอุปสรรคและปัญหาด้านบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ

ศรัยสุดา เลียงไพสกาล (2543) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศปี 2000 ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ 1. ภูมิฐานะที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน จากสื่อแผ่นพับและบริษัทนำเที่ยว เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมาจากหนังสือนำเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จากวิทยุและภาพยนตร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45-50 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตและหนังสือนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพและสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยวที่แตกต่างกัน 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวเป็นหมู่คณะมี พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จากบริษัทนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเที่ยวส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนตัวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ 3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีภูมิฐานะจากอเมริกา มีความคิดเห็นว่าโรงแรมและร้านอาหาร/ภัตตาคารเป็นแหล่งที่มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต

สิริกาญจน์ ปรับโตวิดโจโย (2539) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีภูมิฐานะในกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ และเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอายุเป็นวัยทำงานและเป็นโสด มีการศึกษา

อยู่ในระดับปริญญาตรีและเป็นพนักงานบริษัท 2. อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวต่างประเทศ 4. การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยว ของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ 5. การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สุชาดา นิ่มหิรัญญ์ (2544) ศึกษาความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปาน กลางโดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ในระดับน้อย 2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการ ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพหลัง เกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของ ครอบครัว การรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยว และประสบการณ์ท่องเที่ยว

ยุวดี อินชัยเทพ (2540) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าศึกษาของนักเรียนนอกโรงเรียน กลุ่มวิธีเรียนทางไกลและชั้นเรียน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ นักศึกษาวิธีเรียนทางไกลกลุ่มตัวอย่างมี แรงจูงใจในการเข้าศึกษาในระดับปานกลาง เพื่อพบว่ามีแรงจูงใจด้านการศึกษา และด้านความรัก และการยอมรับในระดับมากนักศึกษาวิธีเรียนแบบชั้นเรียนกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเข้าศึกษา ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจทุกด้าน คือ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้าน ความรักและด้านการยอมรับ และด้านอำนาจในระดับมาก

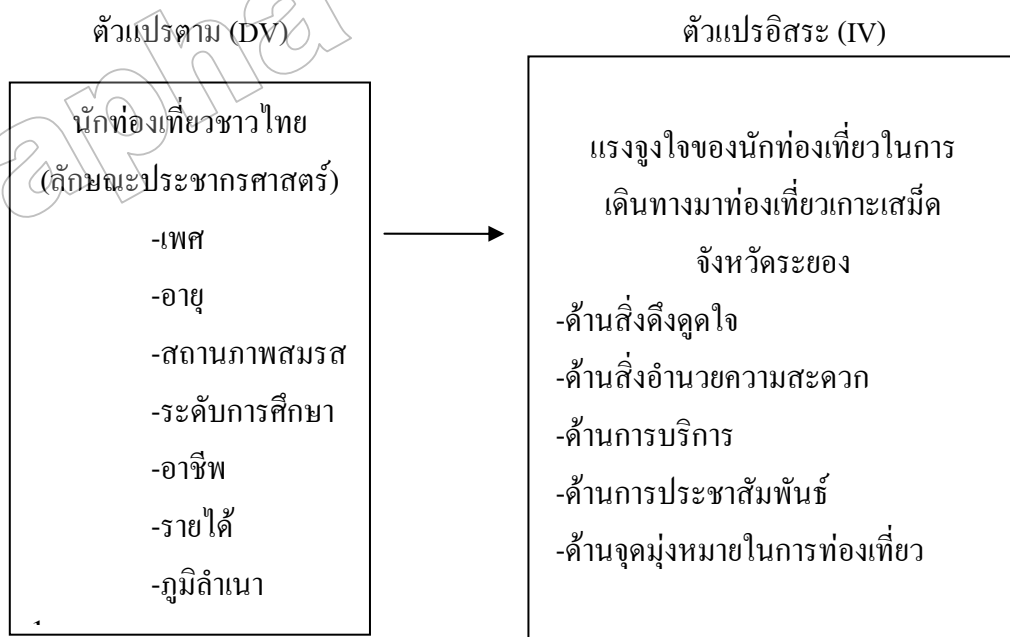
ธนธิดา คิชยบุตร (2541) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการของ ข้าราชการทหารเรือ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการของข้าราชการ ทหารเรือ สมมุติฐานหลักของการวิจัยครั้งนี้คือ ข้าราชการทหารเรือที่มีความยึดมั่นผูกพัน ต่ออาชีพ ทหารเรือ ความรู้สึกว่าหน่วยงานเป็นที่พึงพิงได้ ความรู้สึกว่าหน่วยงาน มีชื่อเสียง ความคาดหวังที่ ได้รับการตอบสนองจากหน่วยงาน ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อหน่วยงาน ความสำเร็จในงาน ลักษณะของงานที่ตนเองปฏิบัติ ความรับผิดชอบ เงินเดือนและสวัสดิการสูง จะมีแรงจูงใจในการ

ปฏิบัติราชการมากกว่า ข้าราชการทหารเรือที่มีความยึดมั่นผูกพันต่ออาชีพทหารเรือ ความรู้สึกที่หน่วยงานเป็นที่พึงพิงได้ ความรู้สึกที่หน่วยงานมีชื่อเสียง ความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองจากหน่วยงาน ความรู้สึกที่งานมีความสำคัญต่อหน่วยงาน ความสำเร็จในงาน ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ เงินเดือนและสวัสดิการต่ำ ผลการวิจัยพบว่า สมมุติฐานทุกข้อเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

รัชพล พิงสุข (2539) ศึกษาแรงจูงใจของนักเรียนพลตำรวจต่อการเข้าศึกษาในโรงเรียนตำรวจนครบาล ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจต่อการเข้าศึกษาในโรงเรียนตำรวจนครบาลของนักเรียนพลตำรวจอยู่ในระดับปานกลาง ในการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักเรียนพลตำรวจที่มีอายุพื้นฐานการศึกษา ผลการศึกษา การประกอบอาชีพของบิดามารดาหรือ ผู้ปกครอง และเคยผ่านงานมาก่อนต่างกัน พบว่ามีแรงจูงใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง สามารถสรุปทฤษฎี และ แนวคิดที่เกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุวชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส และ ถิ่นที่อยู่ ซึ่งความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองนั้น ได้แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) นักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

สมมติฐานของงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการศึกษา ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยโดยแยกออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามเพศ
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามอายุ
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามสถานภาพสมรส
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามระดับการศึกษา
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามอาชีพ
6. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามรายได้
7. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันตามถิ่นที่อยู่

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น

1. เพศชาย

2. เพศหญิง

อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม นับตามปีปฏิทิน แบ่งเป็น

- | | |
|-----------------|------------------------|
| 1.ต่ำกว่า 20 ปี | 2. 20-25 ปี |
| 3. 26-30 ปี | 4. 31-35 ปี |
| 5. 36-40 ปี | 6. มากกว่า 40 ปีขึ้นไป |

สถานภาพสมรส หมายถึง สถานภาพของการครองคู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น

1. โสด
2. สมรส
3. หย่าร้าง/หม้าย

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น | 2. มัธยมศึกษาตอนต้น |
| 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 4. ระดับ ปวส./อนุปริญญา |
| 5. ระดับปริญญาตรีขึ้นไป | |

อาชีพ หมายถึง งานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำประจำหรือได้รับค่าตอบแทนหรือได้จากผู้ปกครอง แบ่งเป็น

1. เกษตรกรรม
2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. ค้าขาย/เจ้าของกิจการ
4. พนักงานบริษัทเอกชน
5. รับจ้าง
6. นักเรียน/นักศึกษา
7. อื่น ๆ ระบุ.....

รายได้ หมายถึง เงินได้จากเงินเดือนค่าจ้าง ค่าแรง รวมทั้งรายได้อื่น ๆ ในแต่ละเดือนของ

ผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท | 2. 10,001 - 30,000 บาท |
| 3. 30,001 - 50,000 บาท | 4. มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป |

ภูมิลำเนา หมายถึง ถิ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามพักอยู่ในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น

- | | | |
|--------------------|----------------|---------------------------|
| 1. ภาคกลาง/ปริมณฑล | 2. ภาคตะวันออก | 3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| 4. ภาคใต้ | 5. ภาคเหนือ | 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด หมายถึง สิ่งกระตุ้นในด้านต่าง ๆ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง แรงจูงใจในด้านสิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น ประวัติศาสตร์ ทัศนศิลป์ วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ อ่าว กิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ แหล่งบันเทิง เช่น สถานบันเทิงตามราตรี ราคา สภาพอากาศ เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง แรงจูงใจในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ชัดเจน การคมนาคม มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูกสุขอนามัย และราคาเหมาะสม มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด เพียงพอ สะดวก ต่อการใช้งาน การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

ด้านการบริการ หมายถึง แรงจูงใจในการบริการ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว พนักงานบริการมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี บริการล่องเรือ เที่ยวรอบเกาะ บริการจักรยานให้เช่ารอบเกาะ เป็นต้น

ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง แรงจูงใจในการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก นิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ การณรงค์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแนะนำมา เป็นต้น

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงจูงใจในด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อธุรกิจ เพื่อประชุมสัมมนา เพื่อเพชรส เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืน

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด บริเวณหาดทรายแก้ว หาดทรายเงิน อ่าวไผ่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการสำรวจ เรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด โดยมีหัวข้อเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)
2. เครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย (Research Instrument)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)
4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งประมาณได้จำนวน 203,204 คน (ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2554)

2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณ เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดไว้จำนวน 399 คน โดยแจกแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ระหว่างช่วงเวลา 09.00 – 22.00 ของวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยคำนวณจากสูตร Yamane (1967) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ผลดังต่อไปนี้

$$สูตร \quad n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

เมื่อ	N	=	ขนาดของประชากร
	n	=	ขนาดของตัวอย่าง
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่กำหนดไว้
		=	0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร} \quad n &= \frac{N}{(1+Ne^2)} \\ n &= \frac{203,204}{1+203,204(0.05)^2} \\ n &= \frac{203,204}{1+203,204(0.0025)} \\ n &= 399 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มประชากรการศึกษาที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของยามานะ นั้นจะเก็บจำนวนประชากรสูงสุดที่จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลเพ อำเภอเมือง เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นโดยการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยทำการศึกษาจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและหลักวิชาการ ที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำโครงสร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกให้ตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกให้ตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมระดับมาตราส่วน 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Rensin Rikert) และมีเกณฑ์กำหนดค่าน้ำหนักของตัวเลือก ดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนและระดับค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

จากนั้นนำข้อมูลค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์รายด้านและรายข้อมาแปลความหมาย จัดลำดับ โดยใช้เกณฑ์ (บุญชุม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, หน้า 163) ดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

2.51-3.50 หมายถึง มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.50 หมายถึง มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนท้ายของคำถามจะเป็นลักษณะการตอบคำถามแบบปลายเปิด (Open-end)

ในส่วนของการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมฤทธิ์ ศสมศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) พันตำรวจเอก ดร.ปกรณ์ มณีปกรณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและภาษาที่ใช้จากข้อความให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำมาใช้

การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จะใช้ในงานวิจัยทดลองใช้กับประชากรที่ทำการทดสอบ (Try out) จำนวนประมาณ 30 ชุด และนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการคำนวณ พบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเป็น 0.798

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เมื่อได้จัดทำแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 400 คน

2. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 รวม 4 เดือน

ตารางที่ 1 กระบวนการบริหารงานวิจัย

เวลา (เดือน-สัปดาห์)	พฤศจิกายน				ธันวาคม				มกราคม				กุมภาพันธ์			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
กิจกรรม																
1. บทที่ 1 บทนำ	██████████															
2. บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง				██████████												
3. สร้างแบบสอบถาม							██████████									
4. บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย								██████████								
5. รวบรวมแบบสอบถาม											██████████					
6. วิเคราะห์ข้อมูล												██████████				
7. บทที่ 4 ผลการศึกษา													██████████			
8. บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ															██████████	

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลลักษณะประชากรกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ที่แตกต่างกันของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม t-Test และ มากกว่า 2 กลุ่มใช้สูตร F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)

4. วิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มจากการกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังต่อไปนี้

- \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย (Mean)
- SD แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
- t แทน ค่าสถิติในการแจกแจงแบบที (t – Distribution)
- F แทน คะแนนเฉลี่ย F – Distribution
- p แทน ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
- SS แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง (Sum Squares)
- MS แทน ค่าความแปรปรวน (Mean Squares)
- df แทน ระดับชั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
- ** แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- * แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

เกาะเสม็ด

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการ

ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	220	55.00
หญิง	180	45.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	39	9.75
20 - 25 ปี	131	32.75
26 - 30 ปี	117	29.25
31 - 35 ปี	75	18.75
36 - 40 ปี	19	4.75
40 ปีขึ้นไป	19	4.75
3. สถานภาพ		
โสด	301	75.25
สมรส	91	22.75
หย่าร้าง	8	2.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	0.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	21	5.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย	82	20.50
ปวส./อนุปริญญา	32	8.00
ปริญญาตรีขึ้นไป	262	65.50

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
เกษตรกรกรรม	2	0.50
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	47	11.75
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	71	17.75
พนักงานบริษัทเอกชน	153	38.25
รับจ้าง	4	1.00
นักเรียน/นักศึกษา	121	30.25
อื่น ๆ	2	0.50
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	101	25.25
10,001 - 30,000 บาท	233	58.25
30,001 - 50,000 บาท	52	13.00
50,000 บาทขึ้นไป	14	3.50
7. ภูมิลำเนา		
ภาคกลาง/ปริมณฑล	149	37.25
ภาคตะวันออก	191	47.75
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	36	9.00
ภาคใต้	5	1.25
ภาคเหนือ	19	4.75

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20 – 25 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 3 ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
8. เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง ก่อนหน้านี้หรือไม่		
เคย	250	62.50
ไม่เคย	150	37.50
9. ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง แต่ละครั้ง		
1 - 3 วัน	378	94.50
4-6 วัน	20	5.00
7-9 วัน	2	0.50
10. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพ โดยวิธี		
รถยนต์ส่วนตัว	218	54.50
รถบัสของกลุ่มทัวร์/บริษัท	31	7.75
รถโดยสารประจำทาง	96	24.00
รถตู้เช่า	55	13.75
11. ส่วนใหญ่ ท่านเดินทางมาที่เกาะเสม็ด โดยยานพาหนะประเภทใด		
เรือโดยสาร	261	65.25
เรือเร็ว (สปีดโบ๊ท)	134	33.50
อื่นๆ	5	1.25
12. ท่านเลือกพักที่พักระยะใดบนเกาะเสม็ด		
ห้องพัก/โรงแรม	99	24.75
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	22	5.50
บังกะโล/รีสอร์ท	235	58.75
ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	44	11.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
13. ท่านเลือกทำกิจกรรมใดบนเกาะเสม็ด		
กิจกรรมทางบก เช่น จักรยาน ซิมูเตอร์ไซค์ เป็นต้น	55	13.75
กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น	221	55.25
เที่ยวสถานบันเทิงยามราตรี	92	23.00
อื่น ๆ	32	8.00
14. เหตุผลที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด		
พักผ่อน	249	62.25
สถานที่บันเทิง	59	14.75
กีฬา	2	0.50
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	5	1.25
เทศกาล	84	21.00
ช้อปปิ้ง	1	0.25
15. ท่านใช้บริการรถจักรยานเที่ยวบนเกาะเสม็ดหรือไม่		
ใช่	131	32.75
ไม่ใช่	269	67.25
16. ท่านเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวบนเกาะ		
เสม็ดเป็นจำนวนเงินเท่าใดต่อวัน		
ต่ำกว่า 500 บาท	43	10.75
501-1,000 บาท	169	42.25
1,001-2,000 บาท	117	29.25
2,000 บาทขึ้นไป	71	17.75
17. ข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านวางแผนในการ		
ท่องเที่ยวครั้งนี้		
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	168	42.00
ตัวแทนการท่องเที่ยว (Agent)	30	7.50
อินเทอร์เน็ต	119	29.75

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
ใบปลิว/ป้ายโฆษณา	9	2.25
หนังสือ/นิตยสาร	18	4.50
วิทยุ / โทรทัศน์	53	13.25
อื่นๆ	3	0.75
18. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง อีกหรือไม่		
ไม่	25	6.25
จะกลับมาอีก	375	93.75

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด แต่ละครั้ง 1 – 3 วัน จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 เดินทางมาโดยเรือโดยสาร จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 เลือกพัก บังกะโล / รีสอร์ท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ได้แก่ พักผ่อน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 ไม่ใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวบนเกาะเสม็ด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 – 1,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ เพื่อน /ญาติ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อเกาะเสม็ด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.30	0.47	ปานกลาง	2
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.32	0.57	ปานกลาง	1
ด้านการบริการ	3.17	0.58	ปานกลาง	4
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.30	0.64	ปานกลาง	3
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	2.67	0.52	ปานกลาง	5
รวม	3.15	0.37	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4 พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15, SD = 0.37$) เมื่อพิจารณารายด้านอันดับที่หนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.32, SD = 0.57$) รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. ประวัติศาสตร์ ตำนาน	2.90	0.96	ปานกลาง	7
2. ความมีชื่อเสียงและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.82	0.78	มาก	1
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่นทะเล เกาะ อ่าว	3.78	0.83	มาก	2
4. กิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ	3.34	0.92	ปานกลาง	3
5. แหล่งบันเทิง เช่น สถานบันเทิงตามราตรี	2.98	1.10	ปานกลาง	6
6. ราคา	3.20	0.88	ปานกลาง	4
7. สภาพอากาศ	3.12	1.00	ปานกลาง	5
รวม	3.30	0.47	ปานกลาง	

จากตารางที่ 5 พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30, SD = 0.47$) เมื่อพิจารณา รายชื่อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง ความมีชื่อเสียงและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.82, SD = 0.78$) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ อ่าว และกิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ ตามลำดับ โดยประวัติศาสตร์ตำนาน มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. ป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน การคมนาคม	3.16	0.78	ปานกลาง	5
2. มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูก	3.32	0.74	ปานกลาง	3
3. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	3.23	0.69	ปานกลาง	4
4. การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	3.34	0.73	ปานกลาง	2
5. การรักษาความปลอดภัย	3.57	0.72	มาก	1
รวม	3.32	0.57	ปานกลาง	

จากตารางที่ 6 พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32, SD = 0.57$) เมื่อพิจารณารายชื่อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง การรักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.57, SD = 0.72$) รองลงมา การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และมีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูก ตามลำดับ โดยป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน การคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง	3.39	0.76	ปานกลาง	1
2. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.17	0.74	ปานกลาง	3
3. พนักงานบริการมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี	3.36	0.76	ปานกลาง	2
4. บริการล่องเรือ เที่ยวรอบเกาะ	2.96	0.83	ปานกลาง	5
5. บริการจักรยานให้เช่ารอบเกาะ	2.97	0.84	ปานกลาง	4
รวม	3.17	0.58	ปานกลาง	

จากตารางที่ 7 พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17, SD = 0.58$) เมื่อพิจารณารายชื่อ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ อันดับที่สูงที่สุด การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.39, SD = 0.74$) รองลงมา พนักงานบริการมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี และมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยบริการล่องเรือ เที่ยวรอบเกาะ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.23	0.96	ปานกลาง	3
2. การรณรงค์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล	2.53	0.99	ปานกลาง	4
3. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ และโทรทัศน์	3.52	0.85	มาก	2
4. ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแนะนำมา	3.92	0.80	มาก	1
รวม	3.30	0.64	ปานกลาง	

จากตารางที่ 8 พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30, SD = 0.64$) เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว แนะนำมา ($\bar{X} = 3.92, SD = 0.80$) รองลงมา ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ และ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ตามลำดับ โดยการ รณรงค์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงงใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1. เพื่อพักผ่อน	4.36	0.76	มาก	1
2. เพื่อธุรกิจ	1.66	0.82	น้อย	4
3. เพื่อประชุมสัมมนา	1.41	0.70	น้อยที่สุด	5
4. เพื่อเพชรส	2.54	1.10	ปานกลาง	3
5. เพื่อสุขภาพ	3.36	1.08	ปานกลาง	2
รวม	2.67	0.52	ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.67, SD = 0.52$) เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับน้อยที่สุดถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อน ($\bar{X} = 4.36, SD = 0.76$) รองลงมา เพื่อสุขภาพ และเพื่อเพชรส ตามลำดับ โดยเพื่อประชุมสัมมนา มี ค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	ชาย (n = 220)		หญิง (n = 180)		t	p
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.28	0.49	3.34	0.44	-1.240	.216
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.28	0.59	3.38	0.56	-1.744	.082
ด้านการบริการ	3.14	0.57	3.20	0.59	-1.057	.291
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.30	0.63	3.30	0.65	-.018	.986
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	2.66	0.55	2.67	0.48	-.275	.783
รวม	3.13	0.39	3.18	0.35	-1.264	.207

จากตารางที่ 10 พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ที่มีเพศต่างกัน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ($t = -1.264, p = .207$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.055	5	1.011	3.092	.009**
	ภายในกลุ่ม	128.852	394	.327		
	รวม	133.908	399			

ตารางที่ 11 (ต่อ)

แรงงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	6.323	5	1.265	3.158	.008**
	ภายในกลุ่ม	157.765	394	.400		
	รวม	164.087	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 11 เปรียบเทียบแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

ตารางที่ 12 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ

แรงงใจของนักท่องเที่ยว	อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า	20 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	40 ปี
			กว่า 20 ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ขึ้นไป
		3.34	3.34	3.38	3.26	3.25	3.44	3.05
ด้านการบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	2.90	-	.26*	.30*	.35*	.50*	.09*
	20 - 25 ปี	3.16		-	.04	.09	.24	.18
	26 - 30 ปี	3.20			-	.05	.20	.21
	31 - 35 ปี	3.25				-	.15	.26
	36 - 40 ปี	3.40					-	.41*
	40 ปีขึ้นไป	2.99						-
ด้านประชาสัมพันธ์	\bar{X}	3.37	3.37	3.39	3.14	3.30	3.62	3.24
	ต่ำกว่า 20 ปี	3.37	-	.02	.24*	.08	.25	.13
	20 - 25 ปี	3.39		-	.25*	.09	.23	.15
	26 - 30 ปี	3.14			-	.16	.48*	.10

ตารางที่ 12 (ต่อ)

แรงจูงใจของ นักท่องเที่ยว	อายุ	ต่ำ	20 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	40 ปี	
		กว่า 20 ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ขึ้นไป	
		\bar{X}	3.34	3.38	3.26	3.25	3.44	3.05
แรงจูงใจของ นักท่องเที่ยว	อายุ	ต่ำ กว่า 20 ปี	20 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 35 ปี	36 - 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป	
	31 - 35 ปี	3.30			-	.32*	.06	
	36 - 40 ปี	3.62					.38	
	40 ปีขึ้นไป	3.24						-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ

ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 25 ปี อายุ 26 - 30 ปี อายุ 31 - 35 ปี อายุ 36 - 40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 40 ปี แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 25 ปี มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 - 30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 - 30 ปี และอายุ 31 - 35 ปี มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ

แรงงใจของนักท่องเที่ยวย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.107	2	1.054	4.875	.008**
	ภายในกลุ่ม	85.806	397	.216		
	รวม	87.913	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 13 เปรียบเทียบแรงงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสิ่งดึงดูดใจ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง
\bar{X}	3.34	3.17	3.45
โสด	3.34	-	.17*
สมรส	3.17	-	.27
หย่าร้าง	3.45	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวยที่มีสถานภาพโสด มีแรงงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

แรงงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.615	4	1.654	5.132	.000**
	ภายในกลุ่ม	127.293	395	.322		
	รวม	133.908	399			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	5.653	4	1.413	3.524	.008**
	ภายในกลุ่ม	158.434	395	.401		
	รวม	164.087	399			
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.318	4	1.079	4.095	.003**
	ภายในกลุ่ม	104.113	395	.264		
	รวม	108.431	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.331	4	.583	4.357	.002**
	ภายในกลุ่ม	52.834	395	.134		
	รวม	55.165	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 15 เปรียบเทียบแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 4.357, p = .002$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว
เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

แรงจูงใจ ของ นัก ท่องเที่ยว	ระดับการศึกษาสูงสุด	\bar{X}	ต่ำกว่า	มัธยม	มัธยม	ปวส./	ปริญญา
			มัธยม ศึกษา ตอนต้น	ศึกษา ตอนต้น	ศึกษา ปลาย	อนุ ปริญญา	ตรีขึ้นไป
ด้านการ บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	2.40	-	.35	.73*	.91*	.81*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	2.75	-	.37*	.56*	.46*	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.13	-	-	.19	.08	
	ปวส./อนุปริญญา	3.31	-	-	-	.10	
	ปริญญาตรีขึ้นไป	3.21	-	-	-	-	
ด้าน ประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	2.17	-	1.40*	1.17*	1.16*	1.11*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.57	-	.24	.24	.29*	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.33	-	-	.00	.06	
	ปวส./อนุปริญญา	3.33	-	-	-	.05	
	ปริญญาตรีขึ้นไป	3.28	-	-	-	-	
ด้าน จุดมุ่งหมาย ในการ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	1.93	-	.70*	.58	.80*	.78*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	2.64	-	.12	.09	.08	
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	2.51	-	-	.22*	.20*	
	ปวส./อนุปริญญา	2.73	-	-	-	.01	
	ปริญญาตรีขึ้นไป	2.72	-	-	-	-	

ตารางที่ 16 (ต่อ)

แรงจูงใจ ของนัก ท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา สูงสุด	\bar{X}	ต่ำกว่า	มัธยม	มัธยม	ปวส./	ปริญญา
			มัธยม ศึกษา ตอนต้น	ศึกษา ตอนต้น	ศึกษา ตอนปลาย	อนุปริญญา	ตรีขึ้นไป
			2.32	3.15	3.12	3.21	3.17
รวม	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น	2.32	-	.83*	.80*	.89*	.85*
	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.15		-	.03	.06	.02
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.12			-	.09	.05
	ปวส./อนุปริญญา	3.21				-	.04
	ปริญญาตรีขึ้นไป	3.17					-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มี แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอน ปลาย ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา ตอนต้น มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา ตอนปลาย ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่าง จากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	7.312	6	1.219	3.845	.001**
	ภายในกลุ่ม	124.566	393	.317		
	รวม	131.878	399			
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.783	6	1.130	3.495	.002**
	ภายในกลุ่ม	127.125	393	.323		
	รวม	133.908	399			
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.649	6	1.108	4.279	.000**
	ภายในกลุ่ม	101.782	393	.259		
	รวม	108.431	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.506	6	.418	3.117	.005**
	ภายในกลุ่ม	52.658	393	.134		
	รวม	55.165	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 17 เปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 3.117, p = .005$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยต่อการท่องเที่ยว
เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	เกษตร	รับ	ค้าขาย/	พนักงาน	รับจ้าง	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
			กรรม	ราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ	งาน บริษัท เอกชน	งาน	เรียน/ นัก ศึกษา	
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	เกษตรกรรม	2.60	-	.83*	.86*	.67	.80	.65	2.00*
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.43	-	.03	.17	.03	.18	1.17*	
	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ พนักงาน บริษัทเอกชน	3.46	-	.19*	.06	.21*	1.14*		
	รับจ้าง	3.27	-	.13	.01	1.33*			
	นักเรียน/ นักศึกษา	3.40	-	.15	1.20*				
	อื่น ๆ	3.25	-	1.35*					
	อื่น ๆ	4.60	-						
ด้านการบริการ		\bar{X}	2.90	3.34	3.31	3.20	3.05	3.00	2.90
	เกษตรกรรม	2.90	-	.44	.41	.30	.15	.10	.00
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.34	-	.03	.14	.29	.34*	.44	
	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ พนักงาน บริษัทเอกชน	3.31	-	.11	.26	.31*	.41		
	รับจ้าง	3.20	-	.15	.20*	.30			
	นักเรียน/ นักศึกษา	3.05	-	.05	.15				
	อื่น ๆ	3.00	-	.10					
	อื่น ๆ	2.90	-						

ตารางที่ 18 (ต่อ)

แรงจูงใจของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	เกษตร	รับ	ค้าขาย/ เจ้าของ	พนักงาน	รับจ้าง	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่น ๆ
			กรร ม	ราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	กิจการ	บริษัท เอกชน			
			2.40	2.77	2.73	2.76	2.45	2.48	2.50
จุดมุ่งหมายใน การท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	2.40	-	.37	.33	.36	.05	.08	.10
	รับราชการ/ พนักงาน	2.77		-	.04	.01	.32	.29*	.27
	รัฐวิสาหกิจ								
	ค้าขาย/เจ้าของ กิจการ	2.73			-	.03	.28	.25*	.23
	พนักงาน	2.76				-	.31	.28*	.26
	บริษัทเอกชน								
	รับจ้าง	2.45					-	.03	.05
	นักเรียน/ นักศึกษา	2.48						-	.02
	อื่น ๆ	2.50							-
			\bar{X}	2.72	3.25	3.26	3.14	3.14	3.07
รวม	เกษตรกรรม	2.72	-	.52*	.53*	.42	.42	.35	.70
	รับราชการ/ พนักงาน	3.25		-	.01	.11	.10	.17*	.18
	รัฐวิสาหกิจ								
	ค้าขาย/เจ้าของ กิจการ	3.26			-	.12*	.11	.18*	.17
	พนักงาน	3.14				-	.00	.07	.29
	บริษัทเอกชน								
	รับจ้าง	3.14					-	.07	.28
	นักเรียน/ นักศึกษา	3.07						-	.35
	อื่น ๆ	3.43							-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกรรม มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย / เจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย / เจ้าของกิจการ มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกรรม มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย / เจ้าของกิจการ มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับจ้าง และนักเรียนนักศึกษา มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และพนักงานบริษัทเอกชน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักเรียน / นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.767	3	1.256	3.882	.009**
	ภายในกลุ่ม	128.110	396	.324		
	รวม	131.878	399			
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.045	3	2.348	7.330	.000**
	ภายในกลุ่ม	126.863	396	.320		
	รวม	133.908	399			
ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.305	3	2.768	10.949	.000**
	ภายในกลุ่ม	100.126	396	.253		
	รวม	108.431	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.962	3	.987	7.489	.000**
	ภายในกลุ่ม	52.203	396	.132		
	รวม	55.165	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 19 เปรียบเทียบแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 7.489, p = .000$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ และด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว
เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงงใจของ นักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	50,000 บาทขึ้นไป
		\bar{X}	3.22	3.32	3.55	3.24
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.22	-	.10	.33*	.02
	10,001 - 30,000 บาท	3.32	-	-	.23*	.08
	30,001 - 50,000 บาท	3.55	-	-	-	.31
	50,000 บาทขึ้นไป	3.24	-	-	-	-
ด้านการบริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.97	-	.22*	.43*	.31
	10,001 - 30,000 บาท	3.19	-	-	.21*	.09
	30,001 - 50,000 บาท	3.40	-	-	-	.12
	50,000 บาทขึ้นไป	3.29	-	-	-	-
ด้านจุดมุ่งหมาย ในการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.44	-	.26*	.43*	.44*
	10,001 - 30,000 บาท	2.70	-	-	.17*	.18
	30,001 - 50,000 บาท	2.88	-	-	-	.01
	50,000 บาทขึ้นไป	2.89	-	-	-	-
รวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.04	-	.12*	.29*	.15
	10,001 - 30,000 บาท	3.16	-	-	.17*	.03
	30,001 - 50,000 บาท	3.33	-	-	-	.14
	50,000 บาทขึ้นไป	3.19	-	-	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า
แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ต่อเนื่อง ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท 30,001 - 50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิฐานะ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.228	4	.807	3.764	.005**
	ภายในกลุ่ม	84.685	395	.214		
	รวม	87.913	399			

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 21 เปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิภาค

แรงจูงใจของ นักท่องเที่ยว	ภูมิภาค	ภูมิภาคกลาง/ ปริมณฑล	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาค ใต้	ภาค เหนือ	
							\bar{X}
ด้านสิ่ง ดึงดูดใจ	ภาคกลาง/ ปริมณฑล	3.30	-	.03	.15	.68*	.04
	ภาคตะวันออก	3.26			.18*	.71*	.07
	ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	3.44				.53*	.11
	ภาคใต้	3.97					.64*
	ภาคเหนือ	3.33					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 ผู้วิจัยทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิภาค ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวภาคใต้ มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวภาคกลาง/ปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวภาคตะวันออก มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณ เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตร Yamane ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 20 – 25 ปี ร้อยละ 32.75 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.25 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 65.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 58.25 และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 47.75

2. ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ร้อยละ 62.50 ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง 1 – 3 วัน ร้อยละ 94.50 เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 54.50 เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร ร้อยละ 65.25 เลือกพักบังกะโล / รีสอร์ท ร้อยละ 58.75 กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ด ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น ร้อยละ 55.25 เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พักผ่อน ร้อยละ 62.25 ไม่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวบนเกาะเสม็ด ร้อยละ 32.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวัน 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 42.25 แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ได้แก่ เพื่อน /ญาติ ร้อยละ 42.00 และจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ร้อยละ 93.75

3. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน อันดับที่หนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง ความมีชื่อเสียงและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ อ่าว และกิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ ตามลำดับ โดยประวัติศาสตร์ ดำนาน มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง การรักษาความปลอดภัย รองลงมา การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และมีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูก ตามลำดับ โดยป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน การคมนาคม มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ อันดับที่หนึ่ง การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี และมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยบริการล่องเรือเที่ยวรอบเกาะ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแนะนำมา รองลงมา ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ และข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ตามลำดับ โดยการรณรงค์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับน้อยที่สุดถึงระดับปานกลาง อันดับที่หนึ่ง เพื่อพักผ่อน รองลงมา เพื่อสุขภาพ และเพื่อเพชรสตามลำดับ โดยเพื่อประชุมสัมมนา มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

อภิปรายผล

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน อันดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความความสะดวกสบายและตอบสนองความต้องการ ระหว่างการท่องเที่ยวของตน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม การสื่อสาร สาธารณูปโภค เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Mill (1985 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 54) กล่าวว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่สำคัญ มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1. ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราว ที่พักอาจมีหลายประเภทเช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์หรือพักที่มีลักษณะอื่น ๆ 2. ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3. สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำนวด และ 4. ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ที่สำคัญได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้น และยังสอดคล้องกับสุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ (2545, หน้า 71) กล่าวว่า สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว คือ อันเป็นสาเหตุ ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการต้องการที่จะเดินทางหรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ที่สำคัญคือ 1. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ และความรู้สึกลึกเป็นต้น และ 2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก อันดับที่หนึ่ง ความมีชื่อเสียงและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ อ่าว และกิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากเกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระยอง ทั้งหาดทรายขาว ฟ้าใส ธรรมชาติ รวมถึงกิจกรรมทางน้ำและทางบกต่าง ๆ ทำให้ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538, หน้า 38-44) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แลนม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้มนุษย์

เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายใต้งื่อนไขความแตกต่างในเรื่องฉากของธรรมชาติ และ ยังสอดคล้องกับ Smith (1977 อ้างถึงใน นิคม จารุมณี, 2536) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คือการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ ที่เป็น ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและ การชื่นชม ต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับสิ่งแวดล้อมก็อยู่ในกลุ่มนี้

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อ อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ การรักษาความปลอดภัย รองลงมา การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และมีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูก ตามลำดับ ทั้งนี้ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวต้องการ และเป็น การสร้างความมั่นใจให้กับ นักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยว และยังรวมถึงสถานที่พักผ่อน ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาส โลว์ กล่าวถึง ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคม เช่น ความต้องการทางด้านร่างกาย เช่น ความอบอุ่น ความสบาย ความหิว หรือที่อยู่อาศัย ความ ต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต เช่นการประกัน เป็นต้น และยังสอดคล้องกับ บุญรักษ์ กุณาผล (2543) ศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจในการให้และใช้บริการรถตู้โดยสารในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้รถตู้และรถโดยสารปรับอากาศ ให้ ความสำคัญกับระยะเวลาในการ เดินทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสบายในการเดินทาง ความ แน่นนอนในการให้บริการ ความปลอดภัย ความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ ค่าโดยสารและ ลักษณะของผู้ให้บริการเรียงตามลำดับ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการ บริการ อันดับที่หนึ่ง ได้แก่ การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง ซึ่งการต้อนรับถือเป็น หัวใจของการบริการ เป็นการส่งมอบความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน อีกทั้งยังเป็นการ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ทั้งนี้ยังรวมถึงพนักงานที่ให้บริการมีมนุษย์ สัมพันธ์ดี และมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูล และแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538, หน้า 38-44) ได้กล่าวว่า การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงาน บริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยว ได้รับความต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสม นอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้ว โอกาสที่จะกลับมา ท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านการประชาสัมพันธ์ อันดับหนึ่งที่หนึ่ง ได้แก่ ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแนะนำมา โดยการได้รับแนะนำการท่องเที่ยวจากผู้ที่เคยมาเที่ยว เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นความต้องการการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมื่อรู้สึกประทับใจ ทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก / โรงแรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือแม้แต่ความสะอาด เมื่อได้รับความพึงพอใจ ประทับใจจากการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดกลับไป ก็สามารถแนะนำบุคคลใกล้ชิดให้มาท่องเที่ยวบ้าง โดยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และยังสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกด้วย จึงทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2547) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่ ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจน้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อเกษตรน้อยที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ และ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น และยังสอดคล้องกับสุรดี ชิดชอบ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราดการศึกษาพบว่า 1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราดในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวมและรายข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก 2. การประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว อันดับหนึ่งที่หนึ่ง ได้แก่ เพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2547) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจ

ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อมจากที่เคยเป็นอยู่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเกาะเสม็ด อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงข้อมูล โดยมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ช่วยในการเผยแพร่
 2. จัดให้มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจนเพื่อความสะดวก และความคล่องตัวของนักท่องเที่ยว
 3. ควรจัดให้มีกิจกรรมทั้งทางบก และทางน้ำที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงมีการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการล่องเรือ เที่ยวรอบเกาะ เพิ่มมากขึ้น
 4. ควรณรงค์การดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ที่อยู่บนเกาะเสม็ดให้คงอยู่ในสภาพเดิม
 5. มีมาตรการควบคุมดูแลไม่ให้ผู้ประกอบการ โรงแรม หรือร้านค้าต่าง ๆ หรือผู้ให้บริการยานพาหนะเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว โดยขายสินค้า หรือบริการที่แพงเกินควร
- ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
1. ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง
 2. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการรับรู้ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. (2528). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศรีเดชา.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกาะเสม็ด. (2544).. วันที่ค้นข้อมูล 20 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/เกาะเสม็ด>.
- ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด. (2545). วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2553, เข้าถึงได้จาก <http://เกาะเสม็ด.com/>
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2539). ผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรม และการเมืองจากการพัฒนาการท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15(1), 35-37.
- ชิวานันท์ วุฒิพันธ์ และคณะ. (ม.ป.ป.). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. วันที่ค้นข้อมูล 10 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://vdo.kku.ac.th/mediacenter/mediacenter-uploads/lips/html/1274/index.htm>.
- สุทธิ์ ชูชาติ. (2538). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. *จุลสารด้านการท่องเที่ยว*, 14(4), 38-44.
- เชษฐา ทองยิ่ง. (2540). *แรงจูงใจในการเข้าร่วมทางการเมืองในมหาวิทยาลัยของผู้นำนักศึกษา: ศึกษาเฉพาะกรณี สมาชิกสภานักศึกษาและคณะกรรมการองค์การนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงปี พ.ศ 2540*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณรงค์ศักดิ์ เดชอุดม. (2534). *แรงจูงใจของบุคคล ในการเข้ามาสมัครรับเลือกตั้งเป็น สมาชิกสภาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัยสุดา เลียงไพศาล. (2543). *การศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศปี 2000*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนธิดา ดิษยบุตร. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการของข้าราชการทหารเรือ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รัชพล พึ่งสุข. (2539). *แรงจูงใจของนักเรียนพลตำรวจต่อการเข้าศึกษาในโรงเรียนตำรวจนครบาล*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภา จันทร์ตรี. (2545). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความต้องการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด*. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิคม จารุมนี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิตา ชัชกุล. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- บุญชุม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 6). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญรักษ์ กุณาผล. (2543). *การศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจในการให้และใช้บริการรถตู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิศวกรรมโยธา, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ปรีศณี หาญสมศรี. (2549). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวใน เกาะเสม็ด*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทางไกลและชั้นเรียน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รพีพล ภูะนิยม. (2536). *การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวัดัย สุวรรณภักดี. (2547). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง*. ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ. (2547). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมกมล พวงพรหม. (2546). *ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมชาย เดชะพรหมพันธ์ และภัทราพร สร้อยทอง. (2545). *การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก*. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมเพชร ไชยวุฒิ. (2540). *แรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพบัณฑิต คณะแพทยศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ และเภสัชศาสตร์*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการเมืองการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ. (2545). *สถิตินักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ*. วันที่สืบค้นข้อมูล 20 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/Stat_Tourist.php.
- สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสริมสกุล เสร็จกิจ. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต*. ปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สิริกัญจน์ ปรีบัตโตวิดิโย. (2539). *การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาดา นิมหิรัญวงษ์. (2544). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาประชากรศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุทธิ ชิดชอบ. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและ

การแนะแนว สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

ยวดี อินชัยเทพ. (2540). *เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าศึกษาของนักศึกษานอกโรงเรียนกลุ่มวิธีเรียน*

อาทิตย์ สิริธร. (2541). *วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทยปีพุทธศักราช 2545*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกัน
ราชอาณาจักร.

McIntosh R.W. & Goeldner C.R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York:
John Wiley & Son.

Yamane. T. (1973). *Statistic and Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
คำชี้แจง เอกสารนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีคำถามรวม 7 ข้อ

ส่วนที่2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวม 11 ข้อ

ส่วนที่3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีคำถามรวม 26 ข้อ

ส่วนที่4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่างๆ

กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ลงใน หรือ เติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20-25 ปี
 26-30 ปี 31-35 ปี
 36-40 ปี มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด สมรส
 หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ระดับ ปวส./อนุปริญญา
 ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

เกษตรกรรม รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน
 รับจ้าง นักเรียน/นักศึกษา
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 30,000 บาท
 30,001 - 50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

7. ภูมิลำเนา

- ภาคกลาง/ปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 ภาคใต้ ภาคเหนือ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

8. ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ก่อนหน้านี้หรือไม่

- เคย ไม่เคย

9. ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง

- 1-3 วัน 4-6 วัน 7-9 วัน
 มากกว่า 10 วัน อื่น ๆ (โปรดระบุ)

10. ส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพ โดยวิธีใด

- รถยนต์ส่วนตัว รถบัสของกลุ่มทัวร์/บริษัท
 รถโดยสารประจำทาง รถตู้เช่า อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ส่วนใหญ่ ท่านเดินทางมาที่เกาะเสม็ด โดยยานพาหนะประเภทใด

- เรือโดยสาร เรือเร็ว (สปีดโบ๊ท)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านเลือกพักที่พักประเภทใดบนเกาะเสม็ด

- ห้องพัก/โรงแรม บ้านญาติ / บ้านเพื่อน
 บังกะโล/รีสอร์ท ที่พักในอุทยานแห่งชาติ
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านเลือกทำกิจกรรมใดบ้าง บนเกาะเสม็ด (ตอบมากที่สุด 1 ข้อ)

- กิจกรรมทางบก เช่น ขี่จักรยาน/ ขี่จักรยานยนต์ เป็นต้น
 กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น
 เที่ยวสถานบันเทิงยามราตรี
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก
1.4 กิจกรรมทางน้ำ และทางบก เช่น ตกปลา ดำน้ำ เป็นต้น					
1.5 แหล่งบันเทิง เช่น สถานบันเทิงตามราตรี					
1.6 ราคา					
1.7 สภาพอากาศ					
<u>ด้านที่2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</u>					
2.1 ป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน การคมนาคม					
2.2 มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูก สุขอนามัย และราคาเหมาะสม					
2.3 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อ การใช้งาน					
2.4 การจัดสถานที่สำหรับพักผ่อน และความสะอาด ของสถานที่ท่องเที่ยว					
2.5 การรักษาความปลอดภัย					
<u>ด้านที่3 ด้านการบริการ</u>					
3.1 การต้อนรับและบริการอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง					
3.2 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลและแนะนำเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว					
3.3 พนักงานบริการมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี					
3.4 บริการท่องเที่ยวรอบเกาะ					
3.5 บริการจักรยานให้เช่ารอบเกาะ					
<u>ด้านที่4 ด้านการประชาสัมพันธ์</u>					
4.1 ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ					

แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก
4.2 การรณรงค์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล					
4.3 ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์					
4.4 ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแนะนำ					
<u>ด้านที่ 5 ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว</u>					
5.1 เพื่อพักผ่อน					
5.2 เพื่อธุรกิจ					
5.3 เพื่อประชุมสัมมนา					
5.4 เพื่อเพชรส					
5.5 เพื่อสุขภาพ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวลลิตา สุขมาก
วัน เดือน ปี เกิด	26 มีนาคม 2529
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	69 ม.2 ตำบลคลองนิมมาตรา อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2550-2551	พนักงานขาย บริษัท ไอจีเอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547 - 2550	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2552 - 2554	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ) มหาวิทยาลัยบูรพา