

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
พฤษภาคม 2554  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตตติวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2554



## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์ ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษาตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. ประภาศรี พรหมประกาย อาจารย์ประจำสำนักวิชาการ หน่วย พัฒนาวิชาการ รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง อาจารย์ประจำศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ดร. ภิญทิรา เลิศเดชเดชา อาจารย์ประจำศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร และดร. สันติธร ภูริภักดี อาจารย์ประจำศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่าน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลและ ตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ ท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่มอบทุนการศึกษาต่อใน ครั้งนี้ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ และเพื่อนร่วมงานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่ช่วยเหลือให้คำปรึกษาในเรื่องการเรียน และปฏิบัติหน้าที่แทนระหว่างเรียน

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจสนับสนุน คอยช่วยเหลือให้ผลงานชิ้นนี้สำเร็จและลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

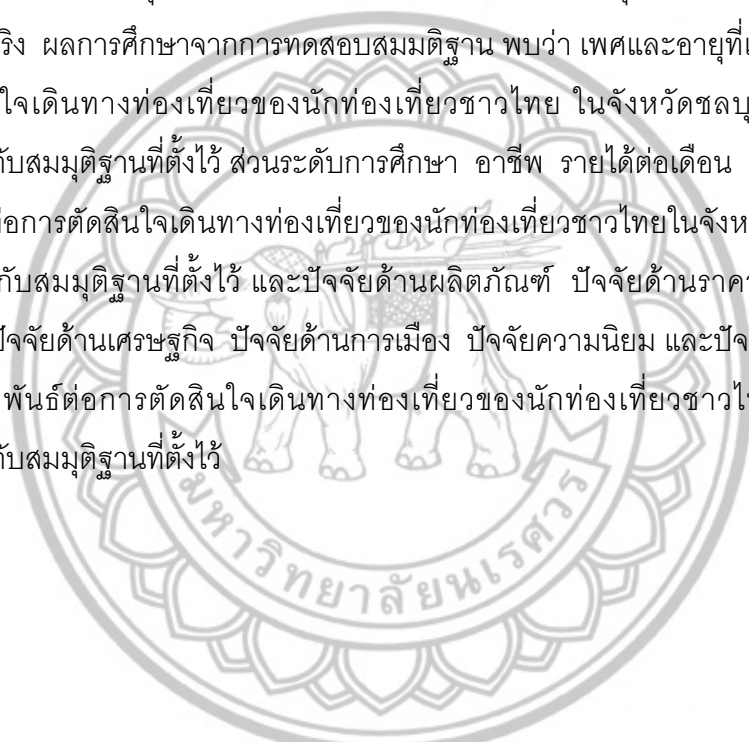
รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ

<b>ชื่อเรื่อง</b>	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ
<b>ที่ปรึกษา</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาการจัดการโรงแรมและ การท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
<b>คำสำคัญ</b>	การตัดสินใจ การท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบสะดวก (Convenient Sampling) และการวัดผลครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test group) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มเท่ากันใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Differences: LSD) แต่ถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้ Welch-test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีในผลในสำคัญ (Dunnett T3) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 - 30,000 บาท และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยว มากกว่าประสบ

ปัญหาในการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยว ในเรื่องการสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวก และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ถนน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว และความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้ง ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ให้ความเห็นส่วนใหญ่ในเรื่องถนนหนทางไม่ดี เดินทางลำบาก รongลงมา คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มแพงเกินความเป็นจริง ส่วนนักท่องเที่ยวที่การเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะน้อยที่สุด คือ ราคาของที่ระลึกแพงเกินความเป็นจริง ผลการศึกษาจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพที่ต่างกั น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยความนิยม และปัจจัยด้านการคมนาคม มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
สมมติฐานของงานวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
แผนการศึกษา.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี.....	12
แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด.....	15
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยว.....	18
แนวคิดการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	21
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	27
แนวคิดกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	40
ตอนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว ไทย ในจังหวัดชลบุรี.....	43
ตอนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัด ชลบุรี.....	50
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	
ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี.....	67
ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี.....	70
5 บทสรุป.....	72
สรุปผลการวิจัย.....	73
อภิปรายผลการวิจัย.....	76
ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	86
ภาคผนวก.....	88
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	96

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงแผนการศึกษา.....	6
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	38
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	38
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	40
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
8	แสดงสรุป ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกทั้ง 5 ด้าน.....	41
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	42
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านราคาของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	43
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านการจัดจำหน่ายของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	44



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านการส่งเสริมการตลาดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	45
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยอื่นๆ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	45
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี...	50
15	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนของเพศชายและเพศหญิง เกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	52
16	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ.....	51
17	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ.....	51
18	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	52
19	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	52
20	แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	54
22	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	55
23	แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	56
24	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	58
25	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	59
26	แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	60
27	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ.....	61
28	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ.....	61
29	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	62
30	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
31	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี...	63
32	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	64
33	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการเมืองกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	64
34	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนิมกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	65
35	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคมนาคมกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	66
36	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี....	66
37	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกเคยหรือไม่เคยประสบปัญหาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	67
38	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามประสบปัญหาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	67
39	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	68
40	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยว.....	69
41	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยว.....	70
42	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้งของนักท่องเที่ยว.....	70

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2	กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	27



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาของปัญหา

นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศให้ปี พ.ศ. 2551-2552 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทยด้วยแนวคิดเที่ยวไทยครีกครั้นเศรษฐกิจไทยคึกคัก ที่มุ่งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ถือเป็นมาตรการหนึ่งในการช่วยลดผลกระทบจากสภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ให้ความสำคัญและร่วมมือกัน เพื่อตอบสนองนโยบายดังกล่าวด้วยดี เพื่อหวังกระตุ้นให้คนไทยทั้งประเทศหันมาเที่ยวไทยด้วยกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ มีเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศ หากยังก่อให้เกิดคุณค่าต่อระบบเศรษฐกิจ และยังสร้างความภาคภูมิใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกคนที่ได้มีส่วนร่วมในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เพราะการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศ และช่วยให้สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวให้ขับเคลื่อน ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและบรรยากาศของประเทศโดยรวม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

จากการคาดการณ์ว่า ทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี 2553 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของคนไทยมีแนวโน้มถดถอยลดลงจากปี 2552 ในแทบทุกพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของไทย โดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ซึ่งได้รับผลกระทบจากการชุมนุมทางการเมือง จากการคาดการณ์โดยในปี 2553 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้นประมาณ 14 ล้านคน ซึ่งต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้เดิม 15.56 ล้านคน ดังนั้น ในภาวะที่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติหลักของไทย มีแนวโน้มชะลอตัวลงจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันเร่งขยายตลาด นักท่องเที่ยวคนไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น ควบคู่กับการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่อาจจะต้องใช้เวลาพอสมควร ทั้งนี้ เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยที่ไม่อาจจะพึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากนัก ในภาวะที่ประเทศต้องเผชิญปัญหาสภาพัฒนภาพด้านความปลอดภัย อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยเอง ยังกลัวต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและหันกลับไปท่องเที่ยวต่างประเทศกันเพิ่มมากขึ้น สภาพการณ์เช่นนี้ จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 14 มิถุนายน 2553)

จากเหตุการณ์ดังกล่าว จังหวัดชลบุรีเป็นอีกจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ รองจาก กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย มีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากกลัวความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นจากช่วงปี 2551-2552 ร้อยละ 33.21 (ศูนย์ประสานงานท่องเที่ยวไทย, 2552)

จังหวัดชลบุรี เรียกกันสั้นๆ ว่า เมืองชล เป็นจังหวัดท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออกที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เป็นแหล่งเกษตรกรรมปลูกพืชเศรษฐกิจ ได้แก่ อ้อย มันสำปะหลัง และยางพารา รวมทั้งเป็นที่ตั้งท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง และแหล่งอุตสาหกรรมโรงงานที่สำคัญ ตามประวัติปรากฏหลักฐานว่า เมืองชลบุรีมีมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเป็นเมืองเล็กๆ หลายเมือง ได้แก่ เมืองบางทราย เมืองบางปลาสร้อย และเมืองบางพระ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้รวบรวมเมืองดังกล่าวเข้าด้วยกันเป็นจังหวัดชลบุรี เมืองชลบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 80 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งสิ้น ประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอหนองใหญ่ อำเภอพนัสนิคม อำเภอบ้านบึง อำเภอพานทอง อำเภอบ่อทอง อำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง อำเภอสัตหีบ อำเภอเกาะสีชัง และกิ่งอำเภอเกาะจันทร์ สำหรับ พัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการบริหารปกครองท้องถิ่นแบบพิเศษ เรียกว่า เมืองพัทยา โดยแยกออกจากการปกครองของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบและมีชื่อเสียง ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณี ดังนั้น จึงมีนักท่องเที่ยวมากมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องด้วยอาจเป็นเพราะว่าจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีระยะทางใกล้กับกรุงเทพฯ รวมไปถึงความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาของเมืองชลบุรี (แผนพัฒนาเมืองชลบุรี, 2551) ซึ่งเหตุผลดังกล่าวอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่นึกถึง และให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวน้อย ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้จัดทำแผนงานด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีการเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว การกระจายรายได้สู่ภูมิภาคของประเทศอย่างทั่วถึง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาการเมือง สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ทำให้ในปัจจุบันทางภาครัฐของจังหวัดชลบุรีได้คิดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ เพื่อช่วยส่งเสริมและดึงดูดให้คนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรีเพิ่มมากขึ้นโดยนำจุดอ่อนที่นักท่องเที่ยวมองข้ามด้วยระยะทางใกล้ สร้าง

เป็นจุดแข็งให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาเที่ยวมากขึ้น โดยนโยบายดังกล่าวแบ่งเป็น 5 แนวทาง ดังนี้ คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้หลากหลายรูปแบบ ปรับปรุง และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานให้สมบูรณ์และเพียงพอ ส่งเสริมอาชีพ และเพิ่มรายได้ให้แก่ ประชาชน ส่งเสริมการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในสากล และส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เพราะข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางข้อมูลพื้นฐาน โดยนำ ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา ไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงจุดความต้องการของ นักท่องเที่ยว เพื่อตัดสินใจวางแผนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทยและท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีให้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

#### ขอบเขตของงานวิจัย

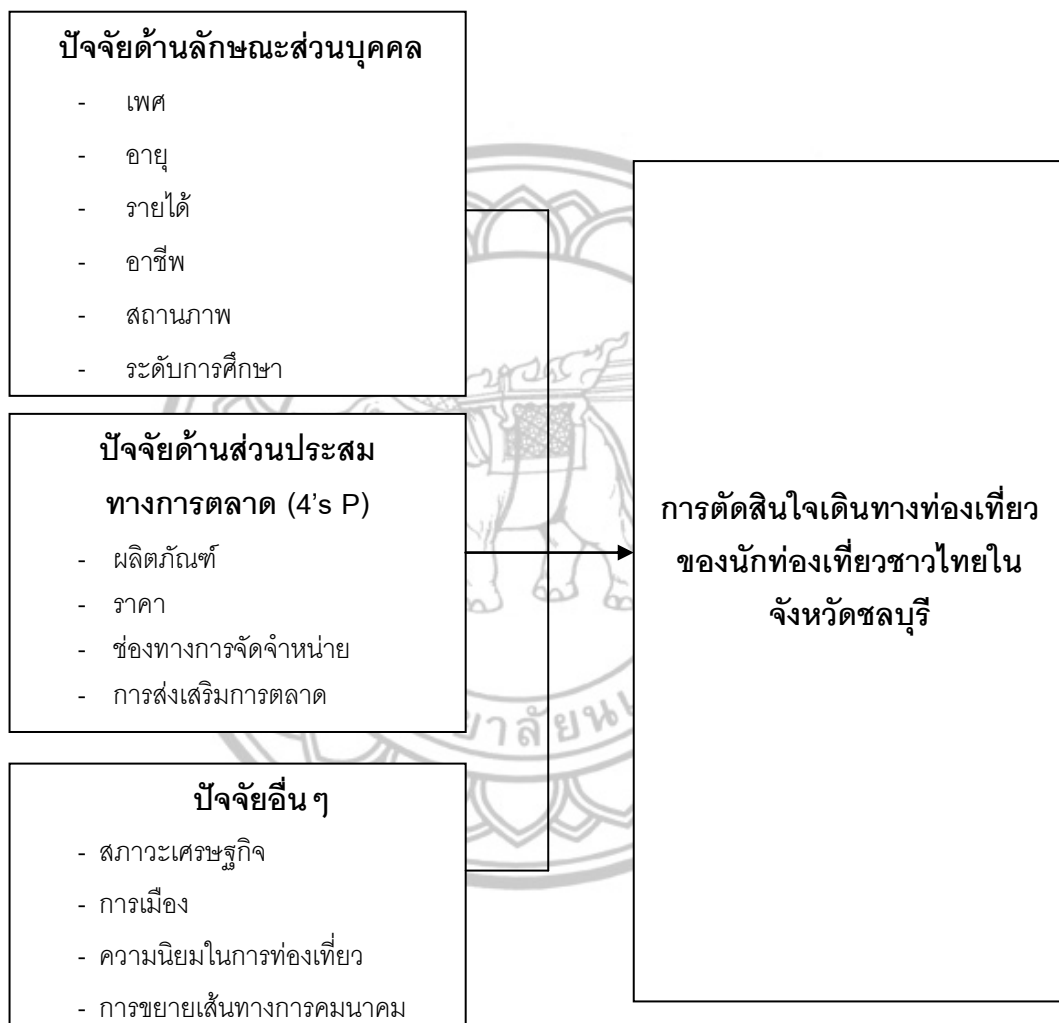
1. ขอบเขตพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดชลบุรี
2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ในช่วงเวลาเก็บข้อมูล คือ เดือนกุมภาพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตเนื้อหา คือ ศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ และระดับการศึกษา ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว และการขยายเส้นทางการคมนาคม ว่า ตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัด ชลบุรีอย่างไร และปัญหาอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และจากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย สามารถสร้างกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

### ตัวแปรตาม



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



## สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ด้านสภาวะเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านความนิยม ด้านคมนาคมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

## นิยามศัพท์เฉพาะ

สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดความหมายของศัพท์เฉพาะ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในความหมายของศัพท์ต่างๆ ดังนี้

**ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ประเภทลูกค้า ที่มาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ อาทิ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ ฯลฯ

**การเดินทางท่องเที่ยว** หมายถึง การท่องเที่ยวที่อาจมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน ซื้อของ เยี่ยมญาติ รวมทั้งการเดินทางเพื่องานราชการ การประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจต่างๆ หรือเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวอาจมีวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งหรือหลายวัตถุประสงค์ก็ได้

**แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่มากมายหลากหลายประเภทในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งช้อปปิ้งสินค้าที่ระลึก สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี หรือแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ รวมไปถึงความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย

**ปัจจัย** หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ เครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)



ตาราง 1 (ต่อ)

ขั้นตอน / กิจกรรม	พ.ศ. 2553					พ.ศ. 2554			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
7. เตรียมการนำเสนอ ผลงานในที่ประชุมสัมมนา IS									
8. ส่งรูปเล่มฉบับสมบูรณ์ให้ ผู้อำนวยการศูนย์วิทย บริการฯ ลงนาม									
9. สำเร็จการศึกษา									



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี
3. แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
5. แนวคิดว่าด้วยโครงสร้างการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
7. แนวคิดว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่าง แต่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางเนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคมวัฒนธรรม ดังกล่าวมาแล้วนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ความหมายของการท่องเที่ยว 2) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว 3) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และ 4) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

## ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) กับการเดินทาง (Travel) สามารถใช้สลับเปลี่ยนกันได้จนบางครั้งดูเหมือนกัน จะเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการเดินทางกับการท่องเที่ยวต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า การเดินทางจากสถานที่หนึ่งสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม (Stevens, 1990, unpagged) หรือการเดินทาง คือ การออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่อีกสถานที่หนึ่งๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยอยู่ที่อื่น (Gree, et. Al., 1984, unpagged)

สำหรับความหมายการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาว่า เกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจหรือกิจกรรม เพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว (Holloway, 1983, unpagged) ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ (McIntosh and Goeldner, 1986 อ้างอิงใน บุษบา สุธีธร และภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2541, ไม่มีเลขหน้า) กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, 1990, unpagged) การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว (Davidson, 1995, unpagged) เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ และสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้ให้คำนิยาม การท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากข้อมูลแนวคิดข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่อาจมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน ชื้อของ เยี่ยมญาติ รวมทั้งการเดินทางเพื่องานราชการ การประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจต่างๆ หรือเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวอาจมีวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งหรือหลายวัตถุประสงค์ก็ได้

## วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ
3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ

## แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldler กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ (McIntosh and Goeldler, 1986 อ้างอิงใน บุชบา สุธีธร และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันตนาการตามชายหาด การหย่อนใจด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ ๆ
4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจการประชุมและการศึกษา เป็นต้น

## อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)

ข้อถกเถียงอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวบางคนกล่าวว่าการท่องเที่ยวไม่จัดอยู่ในระบบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นแต่เพียงลักษณะของกิจกรรมซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวส่วนมากก็ยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภคการกระจายผลผลิตด้วยการใช้ระบบตลาด และการส่งเสริมการจำหน่าย หลากหลายรูปแบบการผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมโรงงาน ผลผลิตหรือสินค้ามีตัวตน สามารถสัมผัสได้ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า

แต่สินค้าที่เกิดจากอุตสาหกรรมบริการ ไม่มีตัวตน ไม่สามารถสัมผัสได้ ผลผลิต คือ การบริการ ซึ่งต้องสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือแขกให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

อุตสาหกรรมบริการประกอบไปด้วยธุรกิจหลายสาขา เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การประกันภัย การธนาคาร ก็จัดเป็นประเภทหนึ่งของ อุตสาหกรรมบริการ และเรียกเฉพาะเจาะจงว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขอบข่ายโดยตรงของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจการโรงแรม และร้านอาหาร ภัตตาคาร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอย่างอื่นในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานบันเทิง หรือการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีขอบข่ายกว้างทั้งองค์การของภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่ จัดตั้งขึ้น เพื่อบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็น ความหมายที่ค่อนข้างกว้างขวาง ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจหลายสาขา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐบาล และหน่วยงานภาคธุรกิจต่าง ๆ ของ ภาคเอกชน ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง หน่วยธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก และจัดบริการให้แก่ นักท่องเที่ยว จากความหมายดังกล่าวแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีขอบข่ายกว้างขวาง ครอบคลุมหน่วยธุรกิจและองค์กรอื่น ๆ ในทางด้านเศรษฐกิจโดยรวม อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว จึงเกี่ยวข้องกับการซื้อการขาย การสร้างผลผลิตและบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว Collier and Harraway กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ (Collier and Harraway, 1997)

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่งการท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท การจัดที่พักอาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนอง

ความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จากมนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ประเพณี ลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร ร้านซักรีด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว

4. การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลิตด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่ง บริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยวตัวแทนจำหน่ายและเฉพาะทาง (Specially Chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วรถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

องค์ประกอบสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าวเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงหรือผู้ผลิตโดยตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ตั้งแต่แนวคิดเกี่ยวกับ ความหมายของการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านการขาย (Sales)

### **ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี**

จังหวัดชลบุรี เรียกกันสั้นๆ ว่า เมืองชล เป็นจังหวัดท่องเที่ยวชายทะเล ตะวันออกที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เป็นแหล่งเกษตรกรรมปลูกพืชเศรษฐกิจ ได้แก่ อ้อย มันสำปะหลัง และยางพารา รวมทั้งเป็นที่ตั้งท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง และแหล่งอุตสาหกรรมโรงงานที่สำคัญ ตามประวัติปรากฏหลักฐานว่า เมืองชลบุรีมีมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเป็นเมืองเล็กๆ หลายเมือง ได้แก่ เมืองบางทราย เมืองบางปลาสร้อย และเมืองบางพระ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้รวบรวมเมืองดังกล่าวเข้าด้วยกันเป็นจังหวัดชลบุรี

เมืองชลบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 80 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอหนองใหญ่ อำเภอพนัสนิคม อำเภอบ้านบึง อำเภอพานทอง อำเภอบ่อทอง อำเภอศรีราชา



อำเภอบางละมุง อำเภอสัตหีบ อำเภอกะสีซัง และกิ่งอำเภอกะจันทร์ สำหรับพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการบริหารปกครองท้องถิ่นแบบพิเศษ เรียกว่า เมืองพัทยา โดยแยกออกจากการปกครองของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

### **อาณาเขตของจังหวัดชลบุรี**

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดสมุทรปราการ

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดระยอง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดจันทบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับทะเลอ่าวไทย

### **การเดินทางมาจังหวัดชลบุรี**

**รถยนต์** จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปจังหวัดชลบุรีได้หลายเส้นทาง คือ

1. ใช้เส้นทางสายบางนา-ตราด ทางหลวงหมายเลข 34 เข้าสู่จังหวัดชลบุรี
2. ใช้เส้นทางสายกรุงเทพฯ-มีนบุรี ทางหลวงหมายเลข 304 ผ่านจังหวัดฉะเชิงเทรา-บางปะกง เข้าสู่จังหวัดชลบุรี
3. ใช้เส้นทางสายเก่า ถนนสุขุมวิท ทางหลวงหมายเลข 3 ผ่านจังหวัดสมุทรปราการ ไปจนถึงแยกอำเภอบางปะกง และให้แยกเข้าสู่เส้นทางหมายเลข 34 ไปจนถึงจังหวัดชลบุรี
4. ใช้เส้นทางหลวงพิเศษ (Motor Way) สายกรุงเทพฯ-ชลบุรี-พัทยา

**รถโดยสารประจำทาง** จากสถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) มีบริการรถโดยสารปรับอากาศไปชลบุรีทุกวัน ตั้งแต่เวลา 5.30 – 21.30 น. รถออกทุก 40 นาที

รถโดยสารปรับอากาศชั้น 2 มีบริการระหว่างเวลา 5.00 – 21.00 น. ออกทุก 30 นาที

รถโดยสารธรรมดา มีบริการตั้งแต่เวลา 5.00 – 21.00 น. ออกทุก 30 นาที หรือจะขึ้นรถที่สถานีขนส่งหมอชิต 2 ก็ได้ มีรถโดยสารปรับอากาศบริการตั้งแต่เวลา 6.30 – 21.30 น.

**รถไฟ** จากสถานีรถไฟหัวลำโพง มีบริการรถไฟไปจังหวัดชลบุรีทุกวันๆ ละ 1 เที่ยว ไปสิ้นสุดที่สถานีรถไฟพลูตาหลวง

### **ระยะทางจากอำเภอเมืองไปอำเภอต่างๆ ของจังหวัดชลบุรี**

- บ้านบึง 14 กิโลเมตร
- พนัสนิคม 22 กิโลเมตร
- พานทอง 24 กิโลเมตร
- ศรีราชา 24 กิโลเมตร
- เกาะสีซัง 35 กิโลเมตร

- บางละมุง 45 กิโลเมตร
- สัตหีบ 86 กิโลเมตร
- บ่อทอง 56 กิโลเมตร
- หนองใหญ่ 51 กิโลเมตร

#### ระยะทางจากจังหวัดชลบุรีไปจังหวัดใกล้เคียง

- ฉะเชิงเทรา 43 กิโลเมตร
- สมุทรปราการ 64 กิโลเมตร
- ระยอง 98 กิโลเมตร
- ตราด 234 กิโลเมตร
- จันทบุรี 164 กิโลเมตร

**แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี** มีมากมายทั้งการท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งสามารถแบ่งสถานที่ท่องเที่ยวตามอำเภอได้ ดังนี้

อำเภอเมือง ได้แก่ วัดเขาพระพุทธรูปบางทราย วัดใหญ่อินทาราม หอพระพุทธรูปสังขี วัดธรรมนิมิตต์ อ่างศิลา วิหารเทพสถิตพระกิติเฉลิม เขาสามมุก สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล หาดบางแสน แหลมแท่น ตลาดหนองมน ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ

อำเภอศรีราชา ได้แก่ เกาะลอยศรีราชา สวนเสือศรีราชา สวนสัตว์เปิดเขาเขียว น้ำตกชั้นตาเถร

อำเภอเกาะสีชัง ได้แก่ เกาะสีชัง เกาะขามใหญ่ เกาะท้ายค้างคาว

อำเภอบางละมุงและเมืองพัทยา ได้แก่ อันเดอร์วอเตอร์เวิลด์ บ้านสุขาวดี เมืองพัทยาคาดพิทยา เขาพระตำหนัก วัลเลย์เวิลด์ ออฟ เอนเตอร์เทนเมนท์ ปราสาทสังฆกรรม อุทยานหินล้านปี หมู่บ้านช้างพัทยา อุทยานสามก๊ก พิพิธภัณฑ์ศิลปะในขวดแก้ว สวนสนุกพัทยาปาร์ค เกาะล้าน วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร ศูนย์ฝึกสอนลิ่งพัทยา หาดนาจอมเทียน หาดวงพระจันทร์ เมืองจำลองพัทยา สวนกล้วยไม้ศิริพร สถานที่จัดแสดงคาบาเรต์ ปราสาทเวทมนต์ เปิดหูเปิดตาไซท์ เกาะสาก หมู่เกาะไผ่ อเนกกุลศาลา

อำเภอสัตหีบ ได้แก่ โรงละครอสังการ พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์ สวนนงนุช หาดนางรำ เรือรบหลวงจักรีนฤเบศร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล บางเสร่ วัดสัตหีบ หาดเตยงาม หาดดงตาล หาดทรายแก้ว หาดนางรอง หาดเทียนทะเล หมู่บ้านช่วงแสมสาร สวนจุฬาลงกรณ์สถานบรรพชนสยาม

อำเภอพนัสนิคม ได้แก่ พระพุทธมิ่งเมือง หอพระพนัสบดี วัดชุมแสงศรีวนาราม หลวงพ่อตี้ว สระสี่เหลี่ยม วัดโบสถ์ วัดหลวงพรหมवास วัดใต้ต้นลาน ตลาดเครื่องจักสาน หมู่บ้านจักสาน

อำเภอบ่อทอง ได้แก่ เขาชะอางค์ ถ้ำเขาชะอางค์ทรงเครื่อง ถ้ำเขาชะอางค์ห้ายอด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

จากข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีข้างต้น จะเห็นได้ว่า จังหวัดชลบุรี มีพื้นที่โดยรวมทางภูมิศาสตร์ไม่มากนัก แต่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย ทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางศิลปะวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ในจังหวัดเดียว ทำให้จังหวัดชลบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศ

### แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือในทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด Kotler ซึ่งได้แบ่งเครื่องมือนี้ ออกเป็น 4 Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังต่อไปนี้ (Kotler, 1996, unpagged)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง อะไรก็ตามที่สามารถนำเสนอต่อตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจ เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นคุณสมบัติที่แตะต้องได้และต้องไม่ได้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ความภูมิใจ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ บริการกิจกรรม บุคคล สถานที่ องค์กร แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

2. ราคา (price) เป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยน ซื้อขาย สินค้าและบริการต่างๆ กิจกรรมต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาการตั้งราคาสินค้าได้เหมาะสม จึงต้องพิจารณาจากปัจจัยประกอบหลายด้าน อาทิเช่น มูลเหตุจูงใจในการซื้อ พฤติกรรมต่างๆ ของผู้ซื้อ สภาพของการแข่งขัน ตัวบทกฎหมาย บทบาทของรัฐบาล ต้นทุนค่าใช้จ่ายของสินค้าและบริการนั้น สภาพเศรษฐกิจจริยธรรมของผู้ขาย ฯลฯ ผู้ขายจะศึกษาวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ มีการตัดสินใจเลือกราคาสินค้าที่เหมาะสมภายใต้เงื่อนไขของวัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ เช่น ตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว มีการจำหน่ายของที่ระลึก ราคาค่าครองชีพต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยววันๆ ค่าที่พัก ค่าอาหาร เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมและสถาบันทางการตลาด โดยการศึกษาถึงปัจจัยที่จะให้บรรลุประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่ และความเป็น

เจ้าของ เพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตลาดเป้าหมายได้ ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเป็นเรื่องการจัดหาแหล่งขาย การเลือกมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด เพื่อเป็นตัวแทนที่จะสื่อถึงลูกค้า อย่างเช่น ตัวแทนบริษัททัวร์ต่างๆ จะช่วยการจองที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว บริการการเดินทาง เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กิจการธุรกิจทำการติดต่อสื่อสาร เพื่อชักจูงให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ของตน ทำให้เกิดความต้องการและลงมือซื้อสิ่งของ หรือบริการที่เจ้าของกิจการต้องการเสนอขายนั้น ซึ่งในการส่งเสริมการตลาด จำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมหลายอย่าง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่เราเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่ประกอบไปด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ซึ่งในการใช้ส่วนประสมเหล่านี้ จะมีขั้นตอนที่สัมพันธ์กัน 4 ขั้นตอน คือ

- ทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจ
- สามารถรักษาความสนใจให้คงที่
- กระตุ้น หรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการ
- ก่อเกิดพฤติกรรมตอบสนอง

การส่งเสริมการตลาดที่จะทำให้สัมฤทธิ์ผลจึงขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร มีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมตลอดจนการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม

การส่งเสริมการขาย ถือได้ว่า เป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้นและในรูปแบบของการส่งเสริมการขายนี้ เป็นการที่องค์กรธุรกิจเสนอผลประโยชน์พิเศษให้กับกลุ่มลูกค้าเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้น จึงเป็นกิจกรรมทางด้านการตลาดที่จะเข้ามาทำหน้าที่ช่วยเหลือส่งเสริมกลไกในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีการใช้โฆษณาและใช้พนักงานขาย เทคนิคในการส่งเสริมการขายจะมุ่งไปสู่ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย และพนักงานขาย ซึ่งเทคนิคเหล่านี้ ได้แก่ การจัดแสดงสินค้า การสาธิต การให้ของแถม การลดราคา เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มบริษัทการท่องเที่ยว จะนำการบริการหลายๆอย่างมารวมกัน เช่น แพคเกจทัวร์รวมที่พัก จัดร่วมกันเพื่อลดและนำเสนอลูกค้าในราคาพิเศษ เพื่อเพิ่มแรงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

ประเภทสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อโสตทัศน สื่อกิจกรรม ต่างๆ

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สื่อมวลชน

ลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

1. สื่อสิ่งพิมพ์ มีลักษณะต่างๆ คือ

1.1 หนังสือพิมพ์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ

1.2 วารสาร จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

1.3 หนังสือรายงานประจำปี มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่างๆ ตามความเหมาะสม

1.4 หนังสือรายงานประจำปีจัดทำเป็นรูปเล่มคล้ายหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวดๆ งดละ 3 เดือน 6 เดือนต่อครั้ง

1.5 จดหมาย มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดว่าจะ เป็นลูกค้าได้ในอนาคต

1.6 ป้ายประกาศและป้ายโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา

1.7 แผ่นพับ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล เป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม เป็นต้น

3. สื่อโสตทัศน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ทั้งภาพและเสียงแบ่งเป็น

3.1 ภาพยนตร์หรือวิดีโอ ที่มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ได้เหมาะสมกับงาน แต่ภาพยนตร์

เป็นสื่อที่ใช้ประสาททางตา นับว่า เป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำในเรื่องราว  
เนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะชมภาพพร้อมคำบรรยายไปพร้อมกัน

3.2 วิทยู เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกล  
มาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ แม้ประชาชนที่อยู่ชนบทห่างไกล

3.3 โทรทัศน์ เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมากและ  
ส่งภาพในระยะทางไกลๆ ได้ด้วย โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมกันมาก

4. สื่อกิจกรรมต่างๆ เป็นสื่อที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่างๆ  
โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน เป็นต้น

5. สื่อมวลชน แบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

5.1 หนังสือพิมพ์รายวัน และนิตยสารรายสัปดาห์และรายปักษ์

5.2 สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพนอกจากวิทยุกระจายเสียงแล้วยังมีภาพยนตร์  
เคเบิลทีวี ดาวเทียม วีดีโอเท็กซ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากทฤษฎีดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่  
สำคัญ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้น จึงเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่จะเข้ามา  
ทำหน้าที่ช่วยเหลือส่งเสริมกลไกในด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อเพิ่มแรงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวมากขึ้น

### **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว แบ่งได้ตามปัจจัยภายในและภายนอก  
ดังนี้

#### **ปัจจัยภายใน**

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเทศไทย เป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว  
หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่  
มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ  
ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ ทะเล  
ทะเลสาบ เกาะ เป็นต้น

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน และเหมือนแรม เป็นต้น

## 2. ความปลอดภัย

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

## 3. โครงสร้างพื้นฐาน

ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

## 4. สิ่งอำนวยความสะดวก

เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคมเมื่อผู้เดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ จะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดหนะต่างๆ ผ่านเข้า – ออก ได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการชาวสาร มีการผ่อนคลาเยระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ชาวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พักมีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือกมีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยดี มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

## 5. สินค้าของที่ระลึก

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้านการ ออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

#### 6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้ แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และ ภายในประเทศ

#### 7. ภาพลักษณ์

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่า เป็นดินแดนแห่งความฝันของ ผู้ชายนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะ แหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความ เพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

#### ปัจจัยภายนอก

##### 1. ภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่น ความกับ ความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทาง ออกนอกประเทศชะลอตัวในระยะเวลาสั้น ในทางตรงข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพ ความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

##### 2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของ ครอบครัวยุคสูงขึ้น ครอบครัวยุคมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำลง จากการที่ธุรกิจ ท่องเที่ยวไทยได้ปรับปรุงแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในแบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รัก การเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

##### 3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบ เครือข่ายถนนเชื่อมต่อ เพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางรถไฟที่มีค่อนข้าง จำกัดตายตัว และระบบการคมนาคมขนส่งในด้านท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

##### 4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง



ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวลงรัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

ส่วนปัจจัยที่มีผลของการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของแต่ละคน มีความแตกต่างกันหลายอย่าง โดยฉลองศรี พิมลสมพงศ์ กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบไปด้วย (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2531, ไม่มีเลขหน้า)

เงินหรือค่าใช้จ่าย เป็นสิ่งแรกที่คุณเดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าไกลใกล้ จำเป็นต้องใช้เงินไม่มากก็น้อย เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ

เวลา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพแตกต่างกันไป

ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป

จากทฤษฎีข้างต้น จะเห็นได้ว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งล้วน มีองค์ประกอบด้วย ปัจจัยต่างๆ มากมาย ที่จะป็นสิ่งดึงดูดใจ และเป็นตัวช่วยตัดสินใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนถิ่นนั้นๆ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ เงิน เวลา และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นต้น

### **แนวคิดว่าด้วยการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย และนำมาสังเคราะห์ให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมในด้านต่างๆ โดยสรุปดังนี้ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538, หน้า 11-22)

**เพศ** ในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ในระยะหลังๆ นี้ เพศหญิงมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จนบางครั้งพบว่ามีนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งด้วย เช่น ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนมักจะมีนักท่องเที่ยวชายมากกว่า แต่ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสวยงาม หรือตามแหล่งช้อปปิ้งก็จะมีเพศหญิงมากกว่า

**อายุ** นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งที่ท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ และออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะมีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปีมากที่สุด ซึ่งเป็นวัยที่มีการเข้าสู่กำลังแรงงาน และมีกำลังซื้อสินค้าบริการด้านต่างด้านการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ มากขึ้น ตามสภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมีจำนวนมาก รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 15 – 24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาเล่าเรียน อยากรู้ อยากรเห็น มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว

**การศึกษา** ผลการศึกษาในอดีตชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงขึ้นไปมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป แม้ว่าจะเป็นประชากรส่วนน้อยของประเทศ แต่เป็นสัดส่วนที่มีสูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้มีการศึกษาสูงเป็นผู้ที่มีอาชีพ และมีตำแหน่งหน้าที่การงานตลอดจนรายได้ที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทำให้มีโอกาสได้เดินทางไปปฏิบัติหน้าที่ในเขตต่างๆ เช่น ไปประชุมสัมมนา ไปติดต่อราชการและธุรกิจต่างๆ และยังมีอำนาจในการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวได้มากกว่าอีกด้วย

**แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว** กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งต้นทาง และปลายทางที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวที่ไปจากกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะประชากรในเขตกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ และมีกำลังทางเศรษฐกิจสูงกว่าประชากรในจังหวัดอื่นๆ ในอีกด้านหนึ่ง สถานที่พักผ่อนที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มิใช่เพียงพอสอดคล้องความต้องการของผู้ใช้ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยว และการแสวงหาความสงบกับธรรมชาติรอบนอกมากขึ้น ในทางตรงข้ามกรุงเทพมหานครก็เป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และถือว่าเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย จึงมีผู้คนที่ต้องการเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ มากมาย จึงเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งปลายทางที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวภายในประเทศ

**รายได้** รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในระดับที่ไม่สูง และรายได้ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท รองลงมา คือ กลุ่มรายได้เดือนละไม่เกิน 5,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีสัดส่วนของรายได้สูงขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร นนทบุรี และสมุทรปราการ

**อาชีพ** ผลการศึกษา ค่อนข้างจะมีความหลากหลายในเรื่องอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ก็สามารถจะกล่าวโดยภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่ม

ที่มีอาชีพรับราชการ หรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นอาชีพที่มีวันหยุด หรือต้องเดินทางต่างพื้นที่เพื่อติดต่อราชการ งานประชุม มากกว่าอาชีพอื่น รองลงมา คือ กลุ่ม ลูกจ้าง ธุรกิจ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มพ่อค่านักธุรกิจ

**วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางโดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว หรือการพักผ่อนมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ยังมีการเดินทางโดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อการเยี่ยมญาติ/เพื่อน รวมทั้งการไปราชการ ติดต่อธุรกิจต่างๆ อยู่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับพื้นที่ในการศึกษาด้วย

**พาหนะในการเดินทาง** การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น มีความแตกต่างกันไปตามสภาพทางกายภาพและโครงสร้างของการคมนาคมขนส่ง เนื่องจากบาง จังหวัดมีรถไฟผ่าน บางจังหวัดมีสนามบิน ขณะที่บางจังหวัดสามารถไปถึงได้โดยทางรถยนต์ เท่านั้น แต่โดยภาพรวมแล้วก็สามารถกล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางโดยรถยนต์ ส่วนตัว เพราะมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปเรื่อยๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางที่มีการ คมนาคมสะดวก ประกอบกับการเป็นข่าวของรถยนต์มากขึ้น จึงทำให้มีความเป็นอิสระ และมีความยืดหยุ่นในการจัดสรรเวลาการท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดีกว่า โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านระยะทาง หรือช่วงเวลากาเดินทางท่องเที่ยวที่ตายตัว

**การใช้บริษัทนำเที่ยว** นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว แต่นิยมบริการตนเอง โดยการจัดนำเที่ยวกันเอง หรือไม่ก็นำรถไปเที่ยวด้วยกัน รวมทั้งการเดินทาง โดยใช้พาหนะไปเที่ยวพร้อมๆ กัน เหตุที่ความนิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมีน้อยนี้ อาจเป็นเพราะ ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว และที่สำคัญบริการนำเที่ยวมักจะเติบโต อยู่ในกรุงเทพมหานครและในเมืองใหญ่ๆ บางแห่งเท่านั้น ประกอบกับการพัฒนาการคมนาคม ขนส่ง ขาวสารการท่องเที่ยวที่ทันสมัย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องไปอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่น อย่างไรก็ตามการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ต้องการลด ภาระด้านการจัดการ การประสานงาน ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน เชียงราย พิชณุโลก แม่ฮ่องสอน สุโขทัย และการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมาย พิเศษต่างๆ ผู้ไปเยี่ยมจะเริ่มใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

**ลักษณะการเดินทาง** การเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ส่วนใหญ่จะมีผู้ร่วมเดินทางใน ลักษณะของการเดินทางเป็นกลุ่ม และกลุ่มที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ กลุ่มเพื่อน ซึ่งการ ท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนนี้ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างอิสระมากกว่าการ ท่องเที่ยวกับกลุ่มบุคคลอื่นๆ ทั้งนี้ การเดินทางแบบครอบครัวและการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

จะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการท่องเที่ยวในลักษณะพิเศษ เช่น การประชุมสัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการ เป็นต้น

**การรับข่าวสารการท่องเที่ยว** การรับข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะได้มาจากการบอกเล่าของผู้อื่น หรือได้รับการชักชวนจากเพื่อนฝูง รองลงมา ได้แก่ การอ่านจากนิตยสารต่างๆ จากวิทยุโทรทัศน์ และจะได้รับข้อมูลจากบริษัท หรือหน่วยงานนำเที่ยวน้อยที่สุด สำหรับสื่อที่ผลิตขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สื่อโทรทัศน์จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

**สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว** โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และเมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามรายการ พบว่า คนไทยนิยมที่จะไปเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด รองลงมา คือ เที่ยวที่ภาคกลาง ภาคใต้ กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจเป็นเพราะภาคเหนือมีอากาศเย็นสบาย ธรรมชาติมีความสวยงาม คนในท้องถิ่นมีวัฒนธรรมการต้อนรับที่น่าประทับใจ ความนิยมในการท่องเที่ยวที่ภาคใต้เป็นเพราะภาคใต้มีชายทะเลที่สวยงาม มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ปราศจากภาวะเป็นพิษ ความนิยมท่องเที่ยวที่ภาคตะวันออก และชายฝั่งทะเลตะวันออกเป็นเพราะอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครและสามารถเดินทางไปได้สะดวก ขณะที่การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มักมีแรงจูงใจจากเทศกาลประเพณีประจำปี สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม แต่ก็เป็นกรยากที่จะสรุปว่า นักท่องเที่ยวนิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะเช่นใดแน่ เหตุผลหนึ่ง คงเป็นเพราะขาดข้อมูลและเอกสารการศึกษาที่เป็นระบบ อีกประการหนึ่ง เป็นเพราะธรรมชาติของนักท่องเที่ยวมักไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ หากแต่ความอยากรู้อยากเห็น และอยากได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ในสิ่งที่ไม่เคยพบไม่เคยเห็นอยู่เสมอ ความนิยมและวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงไม่คงที่ตายตัว

**จุดแวะเที่ยว** แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีศักยภาพในตัวสูง บางแหล่งนักท่องเที่ยวว่าจะเข้าถึงได้ต้องมีความตั้งใจที่จะไปสูงเนื่องจากเข้าถึงยาก อยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้เที่ยวเป็นวงรอบยาก การเที่ยวจึงต้องย้อนกลับเส้นทางเดิม การคมนาคมไม่สะดวก การเดินทางลำบาก หรือใช้ระยะเวลาในขณะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวน้อย และมีสภาพเป็นเพียงจุดเดียวเท่านั้น การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีลักษณะเป็นของแถม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า นักท่องเที่ยวมีเวลามากพอที่จะแวะเที่ยวหรือไม่ด้วย

**ระยะเวลาในการท่องเที่ยว** สำหรับจำนวนวันเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อครั้ง มีค่าเฉลี่ยประมาณ 4 วัน โดยผู้ที่ไปจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี

จำนวนวันท่องเที่ยวสูงที่สุด ผู้ที่ไปจากภาคกลางมีจำนวนเฉลี่ยน้อยที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมักจะเดินทางวันช่วงวันสุดสัปดาห์และวันหยุด ดังนั้น ระยะเวลาในการพำนักจึงค่อนข้างสั้น คือ ประมาณ 1-2 วันเท่านั้น ทั้งนี้ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจะมีมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระยะทางและเวลาที่มีจำกัดในการเดินทางเป็นสำคัญด้วย

**การพักผ่อน** ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา เป็นช่วงที่ไม่ค่อยมีสถานที่พักผ่อนเปิดบริการนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพักตามบ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิมของการท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมไทย ส่วนที่เหลือก็จะกระจายไปตามที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม หรือบังกะโล จนกระทั่งมีอิทธิพลแนวคิดการพักผ่อนแบบตะวันตกเข้ามา ทำให้คนไทยส่วนหนึ่งให้ความสำคัญและเริ่มพักผ่อนในโรงแรม-รีสอร์ท ที่มีบริการครบวงจร และมีมาตรฐานแบบตะวันตกมากขึ้นกว่าเดิม

**ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว** ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และค่าครองชีพอยู่ตลอดเวลา แต่ถ้าจะเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งในกรณีของการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน และแบบทัศนศึกษา ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยว สามารถอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือตัวเองได้มากกว่า
2. การมีผู้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งในการเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหารและการใช้จ่ายอื่นๆ ซึ่งในบางกรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยบางคนอาจไม่ได้เป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายเอง
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนมีข้อจำกัดทางการเงิน จะเห็นได้จากรายได้ของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวไทยกับชาวต่างประเทศที่มีความแตกต่างกันมาก ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด ใช้บริการที่ต้องจ่ายเงินน้อย และมีระดับคุณภาพหรือมาตรฐานการบริการที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ
4. จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศเกือบทั้งหมดเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนไม่น้อยที่เดินทางด้วยเหตุผลอื่นๆ เช่น การประชุมสัมมนา การไปเยี่ยมญาติ การไปติดต่อธุรกิจต่างๆ การไปทำบุญ ฯลฯ ซึ่งอาจจะมีการแวะเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ต่างๆ บ้างเพื่อผ่อนคลาย

คล้าย ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเหล่านี้ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

**ลักษณะของการใช้จ่ายเงิน** เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายด้านความบันเทิง ค่าซื้อของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ พบว่า ลักษณะการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมากจำนวนค่าใช้จ่ายทั้งหมดของการท่องเที่ยวจะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม ในสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมา คือ การซื้อของ ค่าพาหนะ และค่าที่พัก

**ค่ารับประทานอาหาร** ความนิยมในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศค่อนข้างแตกต่างกัน การท่องเที่ยวในเขตเมือง ซึ่งมีธุรกิจขายอาหารให้เลือกใช้บริการอยู่หลากหลาย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักนิยมใช้บริการจากภัตตาคารในสัดส่วนที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมา คือ ร้านอาหารทั่วไป คอฟฟี่ช็อป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมรับประทานอาหารในร้านอาหารที่มีอยู่ทั่วไป เพราะสะดวก รวดเร็ว และราคาถูกกว่า

**ฤดูกาลท่องเที่ยวและการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว** ช่วงฤดูกาลที่มีผู้นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพภูมิศาสตร์และฤดูกาล เช่น เขตภาคเหนือตอนบน ช่วงที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมาก แบ่งออกได้เป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงเดือนมีนาคม พฤษภาคม และช่วงเดือนกันยายน – มกราคม ซึ่งอธิบายได้ว่า ในช่วงเดือนดังกล่าวเป็นระยะของการหยุดพักร้อน วันหยุดตามเทศกาล และการปิดภาคเรียนของนักเรียนนักศึกษา สำหรับเดือนที่มีนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด ได้แก่ เดือนกุมภาพันธ์ และมิถุนายนนั้น ส่วนหนึ่งอธิบายได้ว่า เป็นเดือนที่เริ่มการสอบ และเป็นช่วงเปิดภาคเรียนของสถาบันการศึกษาต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักเรียนนักศึกษามีส่วนสำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตอยู่ไม่น้อย โดยอาจจะเป็นในลักษณะของการเป็นผู้เดินทางท่องเที่ยวเอง หรือเป็นเงื่อนไขสนับสนุนให้ผู้ปกครองมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว เพราะภารกิจอันเกิดจากการเรียนของบุตรหลานลดลงหรืออาจจะเป็นโอกาส และความต้องการของผู้ปกครองเองที่จะได้พาบุตรหลานไปท่องเที่ยวพร้อมๆ กันเป็นครอบครัว

**พื้นที่และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม** จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมา ได้แก่ ชลบุรี สงขลา ภูเก็ต ในจำนวน 20 จังหวัดแรกที่ผู้ไปเที่ยวชอบมากที่สุด เป็นจังหวัดชายทะเล 8 จังหวัด อยู่ในภาคเหนือตอนบน 3 จังหวัด ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ 4 จังหวัด และเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของภูมิภาคที่เดินทางไปท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาคของถิ่นที่อยู่แล้ว พบว่า ผู้ไปเที่ยวส่วนใหญ่จะเที่ยวอยู่ในภูมิภาคท้องถิ่นของตน หรือเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงในระยะใกล้ๆ เป็นหลัก

ชำนาญ ม่วงทิม ได้กล่าวถึง พฤติกรรมในวันหยุดว่า จะมีส่วนร่วมในการเพิ่มความ ต้องการข่าวสาร การใช้เครื่องบิน ความต้องการคุณภาพ ต้องการวันหยุดเพื่อการกีฬา และจะ ตามมาด้วยความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่อง เป้าหมายปลายทางที่ต้องการสำหรับการพักผ่อน ในวันหยุดระยะใกล้ๆ อยากรู้เห็นความแออัดที่ลดลง มีการใช้บ้านพักตากอากาศ อพาร์ทเมนท์มากขึ้น มีเป้าหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับหารพักผ่อนในวันหยุดระยะใกล้ที่ชัดเจนขึ้น และมีความต้องการในเรื่องของวันหยุดส่วนตัว ทั้งนี้ พฤติกรรมความต้องการเดินทางดังกล่าว จะถูก ตอบสนองมากขึ้นถ้าหากคนเรามีเวลาว่างมากขึ้น มีการเพิ่มประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุ การมีรายได้ เพิ่มขึ้น และการมีพื้นฐานทางการศึกษาสูงขึ้น (ชำนาญ ม่วงทิม, 2534, หน้า 7)

### แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ก่อนที่จะเกิดการเดินทางท่องเที่ยว มนุษย์เรามักจะมีแรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เข้ามากระตุ้น หรือเกิดจากพฤติกรรมความต้องการส่วนตัว หรืออาจเกิดจากทั้งสอง ประการรวมกัน ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ มักจะมีความ หลากหลายทางความคิด และยังไม่มียุทธวิธีใดที่สามารถกระจ่างชัดถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการ เดินทางท่องเที่ยว แต่กระนั้นเป็นสิ่งที่น่าสังเกตว่า ทฤษฎีต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว มักจะมีแรงจูงใจด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายๆ ด้านเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

Koster' s Theory ได้กล่าวถึง แรงจูงใจขั้นพื้นฐาน 3 ประการ ที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ (Burke and Resnick, 1991, p. 117)

1. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อที่จะชดเชยเวลาที่สูญเสียไปจากการทำงาน
2. ความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือความอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน
3. ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆ จากการที่ได้เดินทางท่องเที่ยว

David Weaver and Martin Oppermann ได้อธิบายถึง แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิด ในลักษณะต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ 10 ประการ ดังนี้ (David Weaver and Martin Oppermann, 2000, pp. 34 – 35)

1. แนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกับสิ่งแวดล้อม การศึกษามากมายชี้ว่า ความสนุกสนานในบริเวณที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมของโลก หรือแหล่งวัฒนธรรมทางธรรมชาติจะเป็นแรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. แรงจูงใจที่จะพบกับคนในท้องถิ่น ความปรารถนาที่จะไปพบปะผู้คนในท้องถิ่นเป็นแรงขับในตลาดการท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อย ที่มีการศึกษาชั้นมัธยมถึงมหาวิทยาลัย ซึ่งตลาดของเยาวชนจะให้ความสำคัญถึงแนวโน้มทางด้านนี้มากขึ้น
3. แรงจูงใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของเจ้าของประเทศที่ตนเองไปเที่ยว ไปสังเกตว่า วัฒนธรรมอื่นมีลักษณะอย่างไร ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชียโดยเฉพาะที่มาจากประเทศจีนและเกาหลี จะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับการเปิดโลกต่อวัฒนธรรมนานาชาติน้อยกว่าชาติอื่น
4. แรงจูงใจที่จะทำให้ชีวิตครอบครัวดีขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวมองว่า การท่องเที่ยวเป็นเวลาที่จะทำให้อยู่ด้วยกันได้ดี แนวโน้มเห็นได้ชัดเจนจากการไปเที่ยวในสวนสนุก สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับตัวเมือง รีสอร์ทบางระดับที่มีกิจกรรมให้กับครอบครัวทั้งครอบครัว
5. แรงจูงใจที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน
6. แรงจูงใจที่จะไปสถานที่ที่มีความสนใจเป็นพิเศษ หรือต้องใช้ทักษะพิเศษ คือ นักท่องเที่ยวจะสนใจในงานอดิเรกบางอย่างเป็นพิเศษ เช่น การดำน้ำด้วยเครื่องส쿠บา
7. แรงจูงใจที่จะเป็นคนที่มีความสุขดี สมบูรณ์ แรงจูงใจนี้ จะเห็นได้ชัดเจนจากนักวิเคราะห์ชาวยุโรปที่กล่าวว่า แรงจูงใจด้านนี้สามารถนำไปปรับปรุงระดับความสมบูรณ์ของร่างกาย สามารถทำให้ได้รับประทานอาหารแปลกๆ ได้ไปเที่ยวยังแหล่งน้ำพุร้อน ศูนย์สุขภาพ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในบริเวณไม่มีมลพิษ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้กำลังเป็นแนวโน้มของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
8. แรงจูงใจสำหรับการปกป้องตนเองและความปลอดภัย ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งมีความสำคัญมาก การดูแลสุขภาพด้านสุขภาพ ด้านอาชญากรรม กิจกรรมของผู้ก่อการร้าย เป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจว่า จะไปเที่ยวหรือไม่
9. แรงจูงใจที่อยากได้การยอมรับว่า มีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในแรงจูงใจของมนุษย์ ทำให้มนุษย์รู้ถึงคุณค่าทางสังคม และต้องการบ่งบอกว่า ตัวเองเป็นใครมาจากไหนด้วย

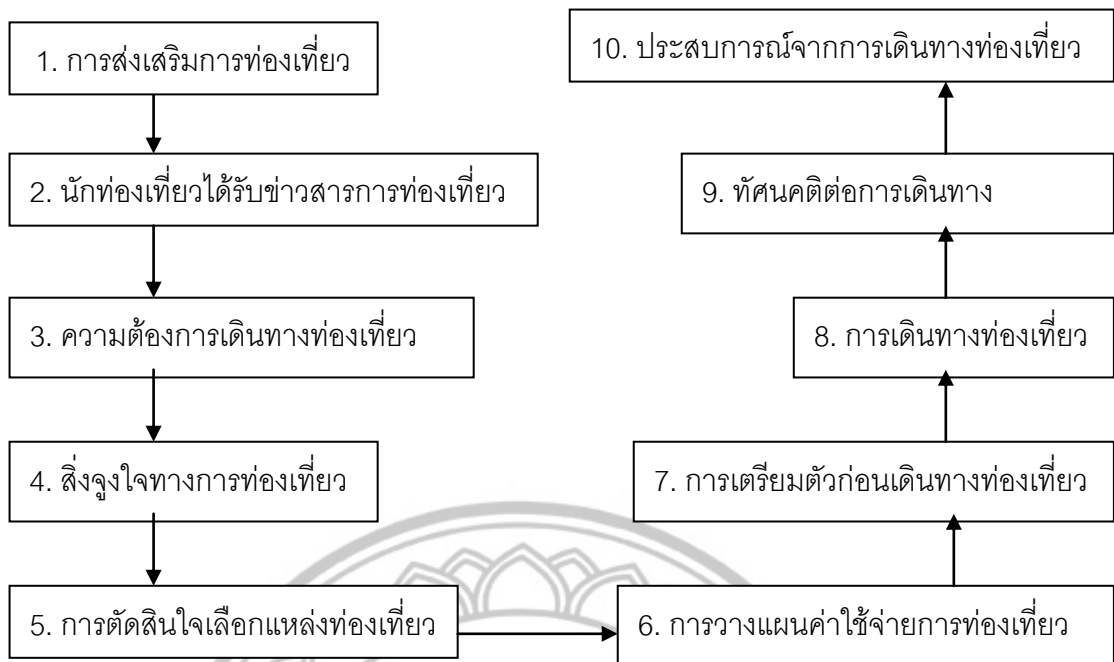


10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง ระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุข หรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าวจะมีสูงมากในความรู้สึกทางด้านร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ กิจกรรมเหล่านี้ จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจจะเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน และเป็นการทดแทนการถูกบังคับให้ทำงาน จึงเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อยและรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเองโดยการได้ท่องเที่ยว

จากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ มักจะมีความหลากหลายทางความคิด ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เข้ามากระตุ้น หรือเกิดจากพฤติกรรมความต้องการส่วนตัว หรืออาจเกิดจากทั้งสองประการรวมกัน ทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

#### **แนวคิดว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางท่องเที่ยวที่ใด จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543, หน้า 41 – 45)



**ภาพ 2 แสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว**

จากภาพแสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายตามขั้นได้ดังนี้

**ขั้นที่ 1** การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานการท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายใน 4 รูปแบบ คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขาย เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ทราบ อันจะไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงต้องพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

**ขั้นที่ 2** นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากสื่อโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ จากการส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

**ขั้นที่ 3** ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนหลังจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ก่อให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย เกิดความอยากเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ เกิดความอยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความต้องการเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

**ขั้นที่ 4** สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ (1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอในการท่องเที่ยวการขยายตัวทางการศึกษา โครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น (2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อันได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ประสิทธิภาพการสื่อสาร การขยายตัวของธุรกิจนำเที่ยวระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นต้น เราจะแบ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภทดังต่อไปนี้ คือ

1. สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นคลายเครียด รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยากรู้ อยากเห็น วัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นบ้าน การชมความเป็นอยู่ของพวกเขาวง การเข้าร่วมเทศกาล ประเพณีต่างๆ เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ การเดินทางไปร่วมศาสนกิจ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนาระดับสถานะของตนเองให้สูงขึ้นและมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนา การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

**ขั้นที่ 5** การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริม ก่อให้เกิดภาพพจน์การท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้น แล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดนั้น จะพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และมักจะติดตามด้วยลำดับความสำคัญของคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร จะเดินทางไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ หรือทางเครื่องบิน จะเดินทางไปท่องเที่ยวกี่วัน โดยแยกเป็นจำนวนวันในแต่ละวันแต่ละสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว และจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร เป็นต้น

**ขั้นที่ 6** การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกแล้วว่าต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่าใด ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งนั้น เพื่อเตรียมการให้พร้อม อาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชม สถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว (Ability to Travel) อันประกอบไปด้วย สิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

1. เวลาว่าง จะต้องวางแผนว่า จะต้องใช้เวลาว่างช่วงใดในการเดินทางท่องเที่ยว และใช้เวลากี่วัน
2. การเงิน จะต้องวางแผนว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้จ่ายเงินอย่างน้อยเท่าใด
3. สุขภาพ จะต้องวางแผนว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรคประจำตัว เป็นต้น
4. อาชีพ จะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและมอบภาระกิจการงานให้ใครทำแทน
5. ระยะเวลา จะต้องวางแผนถึงระยะเวลาของสถานที่ท่องเที่ยวว่า จะสอดคล้องกับเวลาว่าง การเงิน สุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

**ขั้นที่ 7** การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว หลังจากที่ได้วางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ต้องคำนึงถึง เช่น การจองตั๋วเครื่องบินหาหนะเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ ต้องเตรียมเรื่องสัมภาระส่วนตัวที่จะนำติดตัวไปด้วย

**ขั้นที่ 8** การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกระทั่งเดินทางกลับที่พักอาศัยในภูมิลำเนาโดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนถึงที่พักแรม อาหารการกิน และบริการอย่างอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

**ขั้นที่ 9** ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว จะเกิดความรู้สึกอยู่ 2 ลักษณะ คือ

ความรู้สึกพอใจหรือความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ไม่ว่าจะป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจหรือเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

**ขั้นที่ 10** ทศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้เขาไม่มาท่องเที่ยวซ้ำอีก และอาจจะนำไปบอกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย จึงเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

จากแนวคิดกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาได้เห็นว่า ใน การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จะเกิดกระบวนการตัดสินใจมากมาย ที่จะเลือกเดินทาง ดังนั้น หากผู้ศึกษาต้องการให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ก็ควรสร้างแรงจูงใจตามกระบวนการตัดสินใจต่างๆ เพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤต จุระกะนิศย์ (2551) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิง พบว่า ปัจจัยด้านสังคม และเศรษฐกิจ ความคิดเห็นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุและรายได้แตกต่างกัน พบว่า แตกต่างกันทุกด้าน และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน พบว่า แตกต่างกัน เฉพาะประเด็นเกี่ยวกับธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบันเทิงและมหรสพ ธุรกิจคมนาคมขนส่งท้องถิ่น ธุรกิจนำเที่ยวชมเมือง และปัจจัยด้านสังคมเท่านั้น

จรรยา วาหลวง (2550) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวพระพุทธรูปใหญ่ และรับรู้ข่าวสารสื่อบุคคลจากเพื่อน สื่อมวลชนจากแผ่นพับ/ใบปลิว และนิตยสาร คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด คือ ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล

พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว บุคคลร่วมเดินทางคือ เพื่อน ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาในการเดินทาง คือ วันหยุดปลายสัปดาห์ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 8,100 บาท จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

กัลยา สมมาตย์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายร้อยละ 49.6 และเพศหญิงร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 19 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 35,000 บาท อาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และภูมิลำเนาในภาคกลาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน/พักผ่อนใช้เวลาพำนักเฉลี่ย 1 – 2 คืน ในการมาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง 500 – 1,499

บาทต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากต่ำกว่า 500 บาท การเดินทางมักไปด้วยตนเองหรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคลในการมาเที่ยวจะพักแรมที่บังกะโลรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวเพชรบุรีแล้วประทับใจจึงกลับมาเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมา คือ การคมนาคมขนส่ง

พัฒนาพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อนทำบุญ ไหว้พระ ถ้าพักค้างคืนจะนิยมพักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อน และโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานั้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากการศึกษาข้อมูลวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆ เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจในการเดินทางจากความสวยงาม และความน่าสนใจของสถานที่นั้นๆ และปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ค่านิยม เป็นต้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาเป็นข้อศึกษาว่า ปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งจังหวัดชลบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกสถานที่หนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกลงเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมาก ซึ่งคาดว่า ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,385,398 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1993, p. 125) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ซึ่ง สามารถคำนวณได้ ดังนี้

เมื่อ N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด = 1,385,398 คน

e คือ ความคลาดเคลื่อน = .05

n คือ จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

$$\text{แทนสูตร} \quad n = \frac{1,385,398}{1+1,385,398(0.05)^2}$$

$$n = 399.99$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคั้งนี้ มีจำนวน 400 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม 2 แบบ คือ แบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) แบบปลายเปิด (Open – end Questionnaire)

ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และทดสอบ



ความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือด้วยการนำไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จำนวน 30 คน โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.936

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ สอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยอื่นๆ คือ ด้านสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ความนิยม และการคมนาคม

**ส่วนที่ 4** ระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี

โดยส่วนที่ 2-4 มีเกณฑ์การกำหนดคะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

การแปลความหมายของค่าคะแนน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 เทากับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 เทากับ มาก

ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 เทากับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 เทากับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 เทากับ น้อยที่สุด

**ส่วนที่ 5** ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ปัญหาที่ท่านประสบในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ และสิ่งที่คุณควรมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 1 คำตอบ ขึ้นไป

ความพึงพอใจภายหลังการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ

**ส่วนที่ 6** ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire)

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวไทย บทความ หนังสือวิชาการ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้จากแบบสอบถามที่ได้สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชลบุรี ในช่วงเดือนพฤศจิกายน – มกราคม 2553 จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ บัณฑิตด้านประชากรศาสตร์ ใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) บัณฑิตส่วนผสมทางการตลาด และบัณฑิตอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้สถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์ดังนี้ การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test Independent การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ขึ้นไป ใช้สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มเท่ากัน ใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) แต่ถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ใช้ค่า Welch - test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple

Comparison) วิธีในผลในสำคัญ (Dunnett T3) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) อย่างง่าย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยอื่นๆ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ต้องการศึกษาดังปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ได้ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการเดินทางจังหวัดชลบุรี

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.5 และ 35.5 ตามลำดับ

**ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม**

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	65	16.3
25 – 34 ปี	253	63.3
35 – 44 ปี	44	11.0
45 – 54 ปี	24	6.0
55 ปี ขึ้นไป	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา อายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 16.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม มีช่วงอายุ 55 ปี ขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

**ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	26.0
ปริญญาตรี	257	64.3
สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.3
อื่นๆ	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	133	33.3
10,000 – 20,000 บาท	118	29.5
20,001 – 30,000 บาท	132	33.0
30,001 – 40,000 บาท	17	4.3
40,001 – 50,000 บาท	0	0.0
สูงกว่า 50,001 บาท	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ส่วนรายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน และรายได้สูงกว่า 50,001 บาทต่อเดือน มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	69	17.3
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	112	28.0
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	54	13.5
พนักงานบริษัทเอกชน	113	28.3
นักเรียน/ นักศึกษา	44	11.0
อื่นๆ (ไปรตระบุ)	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพอื่นๆ (โปรดระบุ) น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

**ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม**

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	265	66.3
สมรส	125	31.3
หม้าย/หย่าร้าง	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมา สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพหย่าร้าง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5

ผลสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.3

**ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อคำถามต่างๆ จำนวน 5 ประเด็นคำถาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานท่องเที่ยว) 2. ด้านราคา 3. ด้านจัดจำหน่าย 4. ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านปัจจัยอื่นๆ ซึ่งได้ผลการสำรวจออกมา ดังนี้

ตาราง 8 แสดงสรุป ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จำแนกทั้ง 5 ด้าน

ทั้ง 5 ด้าน	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว)	4.57	.602	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.57	.634	มากที่สุด
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.55	.636	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	.857	มาก
5. ด้านอื่นๆ	4.51	.649	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.45</b>	<b>.675</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.45$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ในทั้ง 5 ด้าน ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) ส่วนด้านที่น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ )

ตาราง 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของนักท่องเที่ยว ในด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	รูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย	264 (66.0)	128 (32.0)	6 (1.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.63	.541	มากที่สุด
2.	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	243 (60.8)	137 (34.3)	19 (4.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.55	.598	มากที่สุด
3.	ความสะดวกของสถานที่พักผ่อน	259 (64.8)	118 (29.5)	22 (5.5)	1 (0.3)	-	4.59	.607	มากที่สุด



ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.	ความสะอาดของร้านอาหาร	264 (66.0)	114 (28.5)	22 (5.5)	-	-	4.60	.591	มากที่สุด
5.	ความสะอาดของร้านขายของฝาก ของที่ระลึก	235 (58.8)	137 (34.3)	26 (6.5)	2 (0.5)	-	4.51	.641	มากที่สุด
6.	ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	257 (64.3)	117 (29.3)	26 (6.5)	-	-	4.58	.612	มากที่สุด
7.	สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เหมาะแก่การท่องเที่ยว เช่น ด้าน การคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ	242 (60.5)	130 (32.5)	28 (7.0)	-	-	4.54	.624	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>4.57</b>	<b>.602</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) มากที่สุด ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.63$ ) รองลงมา คือ ความสะอาดของร้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) น้อยที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ )

ตาราง 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านราคาของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	ราคาการให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม เช่น ค่า บัตรเข้าชม ค่าผ่านเข้าสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	249 (62.3)	128 (32.0)	20 (5.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.56	.639	มากที่สุด
2.	ราคาที่พักมีความเหมาะสม	262 (65.5)	110 (27.5)	25 (6.3)	3 (0.8)	-	4.58	.644	มากที่สุด
3.	ราคาอาหารมีความเหมาะสม	254 (63.5)	120 (30.0)	23 (5.8)	3 (0.8)	-	4.56	.638	มากที่สุด
4.	ราคาของฝากของที่ระลึก มีความ เหมาะสม คุ่มค่า	262 (65.5)	110 (27.5)	28 (7.0)	-	-	4.58	.619	มากที่สุด
5.	การชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต มีความสะดวกในการใช้จ่าย	249 (62.3)	129 (32.3)	18 (4.5)	4 (1.0)	-	4.56	.631	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>4.57</b>	<b>.634</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) และเมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด ชลบุรี ด้านราคามากที่สุด ได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสม และราคาของฝากของที่ระลึก มีความ เหมาะสม คุ่มค่า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ ) รองลงมา คือ ราคาการให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม เช่น ค่าบัตรเข้าชม ค่าผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การ ชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต มีความสะดวกในการใช้จ่าย และราคาอาหารมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.56$ )

ตาราง 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านการจัดจำหน่ายของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	มีความสะดวกในการเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	276 (69.0)	104 (26.0)	20 (5.0)	-	-	4.64	.576	มาก ที่สุด
2.	มีความสะดวกในการจอดรถ	244 (61.0)	131 (32.8)	25 (6.3)	-	-	4.55	.611	มาก ที่สุด
3.	การจัดจำหน่ายแพ็คเกจการ ท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต	257 (64.3)	112 (28.0)	30 (7.5)	1 (0.3)	-	4.56	.642	มาก ที่สุด
4.	มีความสะดวกในหาที่พัก	247 (61.8)	122 (30.5)	29 (7.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.53	.663	มาก ที่สุด
5.	มีความสะดวกในหาร้านอาหาร	230 (57.5)	126 (31.5)	44 (11.0)	-	-	4.47	.686	มาก ที่สุด
		ค่าเฉลี่ยรวม					4.55	.636	มาก ที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) รองลงมา คือ การจัดจำหน่ายแพ็คเกจการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.56$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในหาร้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$ )

ตาราง 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านการส่งเสริมการตลาดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	มีการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ	135 (33.8)	176 (44.0)	35 (8.8)	54 (13.5)	-	3.98	.983	มาก
2.	มีการจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ใน การท่องเที่ยวได้เหมาะสม	133 (33.3)	181 (45.3)	86 (21.5)	-	-	4.12	.731	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.05	.857	มาก

จากตาราง 12 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุด ได้แก่ มีการจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ใน การท่องเที่ยวได้เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมา คือ มีการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ )

ตาราง 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ นักท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยอื่นๆ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยเศรษฐกิจ)	234 (58.5)	133 (33.3)	32 (8.0)	1 (0.3)	-	4.50	.653	มากที่สุด
2.	ความผันผวนทางการเมืองมีผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยการเมือง)	229 (57.3)	139 (34.8)	32 (8.0)	-	-	4.49	.641	มากที่สุด

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.	ความนิยมในการท่องเที่ยวมีผลต่อ การท่องเที่ยว (ปัจจัยนิยม)	227 (56.8)	135 (33.8)	36 (9.0)	2 (0.5)	-	4.47	.678	มาก ที่สุด
4.	การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วขึ้นมี ผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยการ คมนาคม)	259 (64.8)	114 (28.5)	26 (6.5)	1 (0.3)	-	4.58	.624	มาก ที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>4.51</b>	<b>.649</b>	<b>มาก ที่สุด</b>

จากตาราง 13 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านปัจจัยอื่นๆ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ ) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านปัจจัยอื่นๆ มากที่สุด ได้แก่ การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วขึ้นมีผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยการคมนาคม) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ ) รองลงมา คือ มีสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยเศรษฐกิจ) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านปัจจัยอื่นๆ น้อยที่สุด ได้แก่ ความนิยมในการท่องเที่ยวมีผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยนิยม) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.47$ )

### ตอนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตาราง 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ของ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ข้อ ที่	คำถาม	ระดับการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ สำคัญ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.	การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	226 (56.5)	146 (36.5)	28 (7.0)	-	-	4.50	.625	มาก ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม							4.50	.625	มาก ที่สุด

จากตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ )

### ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

1. เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนของเพศชายและเพศหญิง เกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ

ข้อคำถาม	ชาย		หญิง		t-test	Sig (2-tailed)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	4.46	.721	4.52	.566	-0.825	.410*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า เพศหญิงให้น้ำหนักอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ) มากกว่าเพศชาย อยู่ในระดับมาก

ที่สุด ( $\bar{X} = 4.46$ ) โดยค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ .410 สูงกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 ดังนั้น เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้

2. อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ

ข้อคำถาม	ต่ำกว่า 25 ปี		25- 34 ปี		35 - 44 ปี		45 – 54 ปี		55 ปีขึ้นไป	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	4.57	.585	4.51	.621	4.45	.663	4.38	.711	4.29	.611

จากตาราง 16 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) ช่วงอายุ 25 - 34 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ ) ช่วงอายุ 35 - 44 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.45$ ) ช่วงอายุ 45 - 54 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.38$ ) และช่วงอายุ 55 ปี ขึ้นไป อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ )

ตาราง 17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.419	4	0.355	0.907	0.460
Within Groups	154.571	395	0.391		
Total	155.990	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .460 สูงกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 ดังนั้น อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้

3. ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

**ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา**

ข้อคำถาม	ต่ำกว่า ป.ตรี		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี		อื่นๆ	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	4.34	.745	4.55	.564	4.79	.412	3.80	.422

จากตาราง 18 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีพบว่า ระดับการศึกษาสูงปริญญาตรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.79$ ) ระดับการศึกษาปริญญาตรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) และระดับการศึกษาอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.80$ )

**ตาราง 19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา**

	statistic	df1	df2	Sig.
Welch	15.778	3	37.052	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตาราง 19 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 ดังนั้น ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้

**ตาราง 20 แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา**

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจ			
		ต่ำกว่า ป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ป.ตรี	อื่นๆ
	$\bar{X}$	4.34	4.55	4.57	3.80
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.34			-.457*	.537*
ปริญญาตรี	4.55			-.241*	.753*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.79	.457	.241*		.993*
อื่นๆ	3.80	-.537*	-.753*	-.993*	

\*ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิธีDunnett T3 ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 เมื่อพิจารณาคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับการศึกษาอื่นๆ มีค่าสูงสุด ซึ่งแตกต่างจากทุกระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

4. อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

ข้อคำถาม	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		พนักงาน บริษัทเอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ (โปรดระบุ)	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทย	4.17	.785	4.57	.532	4.50	.666	4.57	.549	4.61	.579	4.50	.535

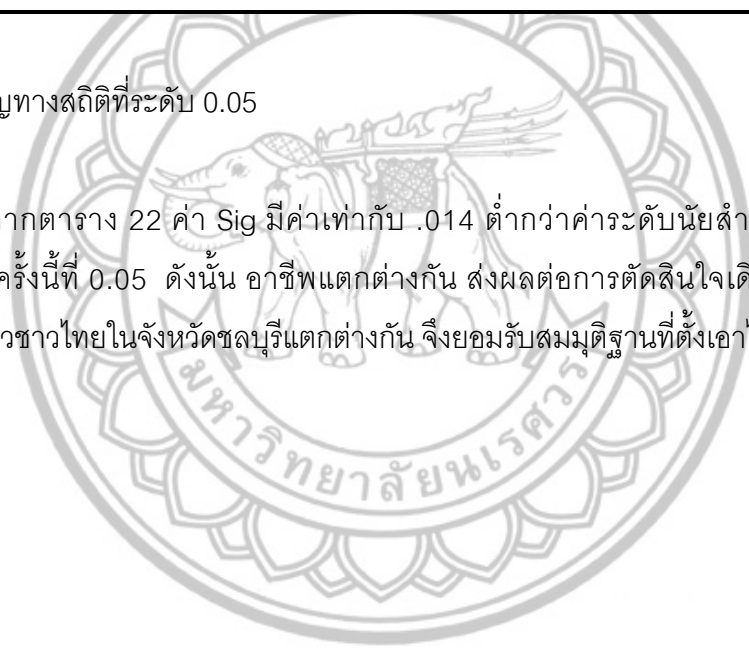
จากตาราง 21 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า นักเรียน/นักศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.61$ ) รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) แม่บ้าน/พ่อบ้านและอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ ) และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.17$ )

**ตาราง 22 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ**

	statistic	df1	df2	Sig.
Welch	3.146	5	61.555	.014

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .014 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 ดังนั้น อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้



ตาราง 23 แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	ความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจ					
		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ
		4.17	4.57	4.50	4.57	4.61	4.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4.17		-.398*		-.392 *	-.440*	
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.57	.398*					
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.50						
พนักงานบริษัทเอกชน	4.57	.392*					
นักเรียน/นักศึกษา	4.61	.440*					
อื่นๆ (โปรดระบุ)	4.50						

\*ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี Dunnett T3 ที่ระดับ 0.05

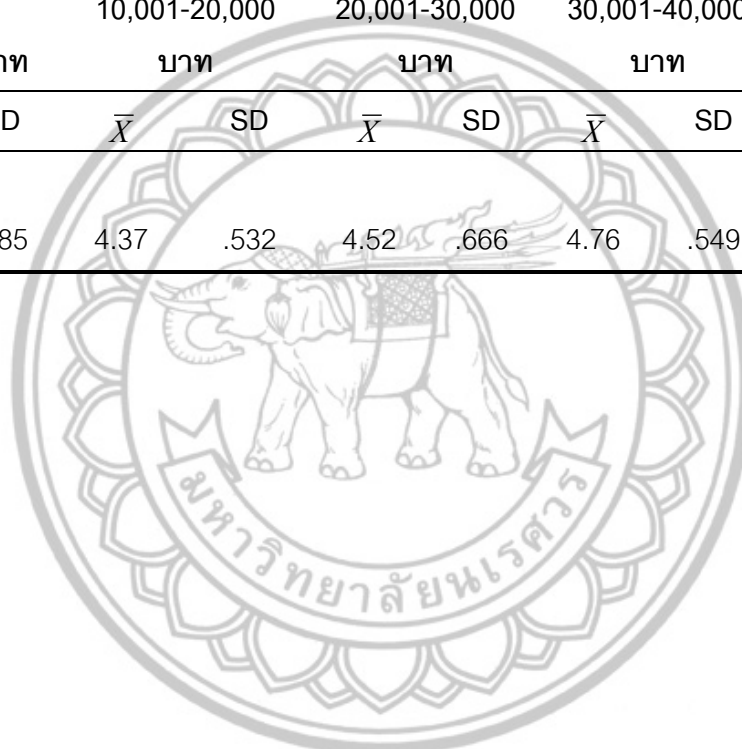
จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสูงกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

5. รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน



ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ข้อความ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		สูงกว่า 50,000 บาท	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
	การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	4.55	.785	4.37	.532	4.52	.666	4.76	.549	-	-	-



จากตาราง 24 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า 30,001 – 40,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.76$ ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) 20,001 – 30,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ) 10,001 – 20,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.37$ )

**ตาราง 25 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน**

	statistic	df1	df2	Sig.
Welch	3.741	3	77.848	.014

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .014 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 ดังนั้น รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้

ตาราง 26 แสดงค่าแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจ					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท
		4.55	4.37	4.52	4.76	-	-
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.55						
10,001 - 20,000 บาท	4.37					392*	
20,001 - 30,000 บาท	4.52						
30,001 - 40,000 บาท	4.76			.392*			
40,001 - 50,000 บาท	-						
สูงกว่า 50,000 บาท	-						

\*ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1 ระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิธี Dunnett T3 ที่ระดับ 0.05



จากตาราง 26 เมื่อพิจารณาคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของ 10,001 - 20,000 บาท มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนของ 30,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

6. สถานภาพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ

ข้อคำถาม	โสด		สมรส		หม้าย / หย่าร้าง	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	4.54	0.596	4.39	0.683	4.70	0.483

จากตาราง 27 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า หม้าย/หย่าร้าง อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.70$ ) โสด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54$ ) และสมรส อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.39$ )

ตาราง 28 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ

	statistic	df1	df2	Sig.
Welch	2.806	3	24.901	.080

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .080 สูงกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 ดังนั้น สถานภาพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งเอาไว้

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	Pearson correlation (r)	Sig
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.681**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .681 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์มาก กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

8. ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านราคา	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.748**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .748 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์สูงมาก กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านราคามากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

9. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.764**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .764 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์สูงมาก กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

10. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.461**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .461 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

11. ปัจจัยด้านการเมืองมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการเมืองกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านการเมือง	Pearson correlation(r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.441**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านเมืองมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .441 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านการเมืองมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

12. ปัจจัยด้านนิยมนีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 34 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนิยมนกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านนิยมน	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.475**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านนิยมนีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .475 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านนิยมนมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

13. ปัจจัยด้านคมนาคนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 35 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคมนาคนกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านคมนาคน	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.415**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านคมนาคนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .415 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านคมนาคนมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

14. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

**ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	Pearson correlation (r)	Sig (2-tailed)
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	.522**	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 36 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ดังนั้น ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่า r พบว่า มีค่าเท่ากับ .522 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง กล่าวคือ ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น

#### ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกเคยหรือไม่เคยประสบปัญหาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เคยประสบปัญหาในการเดินทางหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ประสบปัญหา	295	73.8
ประสบปัญหา	105	26.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 37 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยวมากกว่าประสบปัญหาในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.8 และ 26.3 ตามลำดับ

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามประสบปัญหาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ลักษณะประสบปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (n = 105)	ร้อยละ
ราคาสินค้าและบริการแพง	28	7.0
มลพิษจากขยะและน้ำเสีย	40	10.0
ความไม่ปลอดภัยจากอาชญากรรมและการขโมยทรัพย์สิน	39	9.8
การสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวก	41	10.3

ตาราง 38 (ต่อ)

ลักษณะประสบปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (n = 105)	ร้อยละ
การให้บริการของรถรับจ้างสาธารณะ	23	5.8
การให้ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	21	5.3
สภาพอากาศที่แปรปรวน	24	6.0
การถูกคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้า บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>105</b>	<b>100.0</b>

\*กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 38 นักท่องเที่ยวประสบปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว สามารถตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ดังนั้น จึงจำแนกร้อยละโดยเทียบกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 105 คน พบว่า ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างพบเจอมากที่สุด คือ การสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 10.3 รองลงมา คือ มลพิษจากขยะและน้ำเสีย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างพบเจอน้อยที่สุด คือ การถูกคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้า บริเวณแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
ถนน	140	35.0
ป้ายบอกทาง	106	26.5
ที่พัก	117	29.3
พาหนะเดินทาง เช่น รถโดยสารสาธารณะ	98	24.5
เอกสารประชาสัมพันธ์	81	20.3
การอนุรักษ์ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยว	131	32.8
ความสะอาด	102	25.5
สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	84	21.0



ตาราง 39 (ต่อ)

การปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
ความปลอดภัย	26	6.5
ไม่ตรีจิตรจากคนพื้นที่	29	7.3
อื่นๆ โปรดระบุ	40	10.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

\*กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ดังนั้น จึงจำแนกร้อยละโดยเทียบกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบ นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ถนน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.8 ส่วนนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ ความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตาราง 40 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	268	67.0
เฉยๆ	132	33.0
ไม่พึงพอใจ	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 40 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยว

ความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
คุ้มค่า	294	73.5
เฉยๆ	106	26.5
ไม่คุ้มค่า	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 41 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมา เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้งของนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
มาอีกแน่นอน	361	90.3
ไม่แน่ใจ	39	9.8
ไม่มาอีกแน่นอน	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 42 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมา ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 9.8

#### ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี

ในการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว)
2. ด้านราคา
3. ด้านการจัดจำหน่าย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

5. ด้านอื่นๆ

ซึ่งมีการรายละเอียดสรุปเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านราคา ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะ คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มแพงเกินไปความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 10.0 และราคาอาหารและของที่ระลึกแพงเกินไปความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 4.0

2. ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะ คือ ถนนไม่ดี ทำให้การเดินทางไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 13.0

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะ คือ ได้รับการบริการไม่ตรงตามโปรโมชั่นที่แจ้งไว้ คิดเป็นร้อยละ 7.0



## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาให้ทราบถึงปัจจัย และปัญหา อุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยมีการเก็บข้อมูลได้เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวไทย บทความ หนังสือวิชาการ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้จากแบบสอบถามที่ได้สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชลบุรี ในช่วงเดือนพฤศจิกายน -มกราคม 2553 จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non – Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์สถิติ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่าง เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test group) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มเท่ากันใช้ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Least Significant Differences: LSD) แต่ถ้าความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มไม่เท่ากันใช้ Welch-test ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลในสำคัญ (Dunnett T3) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) อย่างง่าย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยอื่นๆ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

- สรุปผลการวิจัย
- อภิปรายผล
- ข้อเสนอแนะในการวิจัย

## สรุปผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอายุ 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.3 และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 33.0 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.3

**ตอนที่ 2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับรูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.63$ )

2. ด้านราคา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาที่พื้มีความเหมาะสม และราคาของฝากของที่ระลึก มีความเหมาะสม คุ่มค่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ )

3. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ )

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวได้เหมาะสม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ )

**ตอนที่ 3** ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี มีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

ด้านปัจจัยอื่นๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ ) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคมนาคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ )

จึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี มากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) รองลงมา คือ รูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.63$ ) ส่วนนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี น้อยที่สุด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวได้เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ )

#### ตอนที่ 4 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ )

#### ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกันสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกันสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกันสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
8. ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
9. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
11. ปัจจัยด้านด้านเศรษฐกิจความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
12. ปัจจัยด้านการเมืองความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
13. ปัจจัยด้านนิคมความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
14. ปัจจัยด้านคมนาคมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
14. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี**

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มาเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี พบปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรีโดยมีประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวที่มาเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยว มากกว่าประสบปัญหาในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.8 และ 26.3 ส่วนนักท่องเที่ยว

ที่มาเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยวในเรื่องการสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวกคิดเป็นร้อยละ 10.3 และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ถนน คิดเป็นร้อยละ 35.0

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 67.0 ความคุ้มค่าภายหลังจากการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.5 และความตั้งใจจะมาท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.3 ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี**

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวที่การเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับให้ความเห็นส่วนใหญ่ในเรื่องถนนไม่ดี ทำให้การเดินทางไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 13.0 รองลงมา คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มแพงเกินความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่การเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะน้อยที่สุดคือราคาของที่ระลึกแพงเกินความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 4.0

#### **อภิปรายผล**

##### **ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

จากผลวิจัยเป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 25 - 34 ปี เนื่องจากนักท่องเที่ยวช่วงอายุนี้นั้น ส่วนใหญ่ยังไม่มีครอบครัวและเป็นช่วงวัยที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา เริ่มทำงาน และเป็นช่วงวัยของการสนใจในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว จึงทำให้มีแรงจูงใจในการเที่ยวสูงและอาจเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ความเครียด ต้องการการพักผ่อน ผ่อนคลาย หรือหาความสนุกสนานจากแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้มีเวลาเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับ (David Weaver and Martin Oppermann, 2000) ได้อธิบายถึงแนวโน้มของแรงจูงใจที่จะเกิดในลักษณะต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ประเด็นแรงจูงใจที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อนหรือการพักผ่อน และแรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเองระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุขหรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าว จะมีสูงมากในความรู้สึกทางด้านร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจจะเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน และเป็นการทดแทนการถูกบังคับให้ทำงาน จึงเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อยและรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเองโดยการได้ท่องเที่ยว นอกจากนี้ ประเด็นสาเหตุที่น่าสนใจน่าจะค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีถือว่า ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว



กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น หัวหิน เกาะสมุย หาดใหญ่ หรือแม้แต่เกาะภูเก็ต ซึ่งกลุ่มช่วงอายุ 25-34 ปี ฐานะการเงินยังไม่มั่นคงและสูงมากนัก ทำให้มีกำลังที่จะใช้จ่ายได้สอดคล้องแนวคิดของ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งที่ท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ และออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะมีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปีมากที่สุด ซึ่งเป็นวัยที่มีการเข้าสู่กำลังแรงงาน และมีกำลังซื้อสินค้าบริการด้านต่างด้านการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ มากขึ้น ตามสภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมีจำนวนมาก รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 15 – 24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาเล่าเรียน อยากรู้ อยากรู้อยากเห็น มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวและอีกประเด็นที่น่าสนใจ คือ รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน (ดูจากตาราง 5 ในบทที่ 4) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี เป็นคนกลุ่มรายได้ปานกลาง

### **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี**

จากผลวิจัยส่วนผสมการตลาดทั้ง 5 ด้านเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีของผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี ให้มีความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.45$ ) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคุณลักษณะและคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีอย่างมาก ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในการตัดสินใจนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยว เพราะลูกค้าคำนึงถึงผลที่ได้รับจากท่องเที่ยวให้คุ้มค่าหรือเหมาะสมกับเงินที่ได้จ่ายออกไป ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี ยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจ มีคุณภาพและคุณค่า ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.63$ ) น่าจะมาจากเนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งมาจากการที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญและสนับสนุน มีบริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย ตลอดจนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการพัฒนามากขึ้น และในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีให้เลือกหลายหลายรูปแบบ ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ครบถ้วน ทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติ หรือแม้แต่สังคมและวัฒนธรรม เนื่องด้วยความจำกัดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเรื่องของเวลา งบประมาณ จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีให้เลือกหลายรูปแบบ

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องราคา ที่พักมีความเหมาะสมและราคาของฝากของที่ระลึก มีความเหมาะสม คุ่มค่า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ ) เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะมีงบประมาณจำกัดในการท่องเที่ยว อีกทั้งการแข่งขันการท่องเที่ยวที่รุนแรงทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการต่อรองสูง ผู้บริโภคจึงคำนึงถึงความคุ้มค่าและราคาของสินค้าและบริการเป็นประเด็นสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องตัดสินใจก่อนว่า จะเดินทางท่องเที่ยวที่ใด จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ ขั้นที่ 6 คือ การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วย สิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

1. เวลาว่าง จะต้องวางแผนว่า จะต้องใช้เวลาว่างช่วงใดในการเดินทางท่องเที่ยว และใช้เวลากี่วัน
2. ทางการเงิน จะต้องวางแผนว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้จ่ายเงินมากน้อยเท่าใด
3. สุขภาพ จะต้องวางแผนว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรคประจำตัว เป็นต้น
4. อาชีพ จะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและมอบภาระกิจการงานให้ใครทำแทน
5. ระยะทาง จะต้องวางแผนถึงระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวว่า จะสอดคล้องกับเวลาว่าง การเงิน สุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) เนื่องจากหากไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ถนนไม่ดี ก็อาจจะเป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยว และทำให้แรงจูงใจในการเที่ยวน้อยลง นอกจากนี้ เราจะพบว่า ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องมีการจัดโปรโมชั่นจัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวได้เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ) เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างสูงมาก นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจซบเซาและค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย ดังนั้น การจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญ และนอกจากนี้ เราจะพบว่า บริษัทนำเที่ยวหลายบริษัทมักจัดโปรโมชั่นไม่ตรงกับเวลานำเที่ยวจริง ซึ่ง

ส่วนนี้ทำให้เกิดความเสียหาย และส่งผลต่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพราะเท่ากับหลอกลวงนักท่องเที่ยว

ด้านอื่นๆ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วขึ้น มีผลต่อการท่องเที่ยว (ปัจจัยการคมนาคม) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ ) สอดคล้องกับประเด็นด้านการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) เนื่องจากหากไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ถนนไม่ดี ก็อาจจะเป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวและทำให้แรงจูงใจในการเที่ยวน้อยลง

### **การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

จากผลวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ ) แสดงให้เห็นว่า เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยว และเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ

### **อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน**

1. เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวมาจากแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวอาจเครียดจากการทำงาน และอยากพักผ่อน จึงทำให้มีแรงจูงใจสูงในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดของ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย และนำมาสังเคราะห์ ให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมในด้านต่างๆ โดยสรุป ดังนี้ เพศ ในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ในระยะหลังๆ นี้ เพศหญิงมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จนบางครั้งพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งด้วย เช่น ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน มักจะมีนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่า แต่ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสวยงามหรือตามแหล่งช้อปปิ้ง ก็จะมีเพศหญิงมากกว่า และในปัจจุบันทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างมีภาระหน้าที่การทำงาน การใช้สังคมต่างๆ เท่าเทียมกัน ทำให้สภาวะต่างๆ เท่าเทียมกัน ซึ่งอาจทำให้การเดินทางท่องเที่ยวของชายและหญิงไม่ต่างกัน

2. อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบัน การเดินทางท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวก็มาจากหลายๆ ปัจจัย สอดคล้องกับ (David Weaver and Martin Oppermann, 2000) ได้อธิบายถึง แนวโน้มของแรงจูงใจที่เกิดในลักษณะต่างๆ ซึ่งจะมี

ผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ประเด็นแรงจูงใจที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายในสถานที่และสิ่งแวดล้อมที่ดูแล้วสบายใจ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมวัฒนธรรม การพักผ่อน หรือการพักผ่อน และแรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง ระดับความต้องการที่จะให้ตนเองมีความสุขหรือให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งการให้รางวัลดังกล่าว จะมีสูงมากในความรู้สึกทางด้านร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม พฤติกรรมทางเพศ กิจกรรมเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะให้รางวัลกับตัวเอง หรืออาจจะเป็นการฉลองความสำเร็จในการทำงาน และเป็นการทดแทนการถูกบังคับให้ทำงาน จึงเที่ยวเพื่อจะปลดปล่อย และรับสิ่งทดแทนที่เป็นรางวัลแก่ตนเองโดยการได้ท่องเที่ยว เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีให้เลือกหลายหลายรูปแบบ ซึ่งในจังหวัดชลบุรี สถานที่ท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีระดับอายุที่หลากหลาย ดังนั้น อายุที่ต่างกันจึงส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้ไม่ต่างกัน

3. ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน เนื่องจากการศึกษาสูงจะมีความรู้มาก ทำให้มีดุลพินิจการตัดสินใจมากและนานขึ้น โดยเฉพาะเมื่อรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ สอดคล้องกับแนวคิดของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ชั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากสื่อโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ จากการส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงแรงจูงใจให้เกิดความต้องการเดินทางเที่ยวนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย และนำมาสังเคราะห์ ให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมเกี่ยวกับการศึกษา ผลการศึกษาในอดีต ชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงขึ้นมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป แม้ว่าจะเป็นประชากร ส่วนน้อยของประเทศ แต่เป็นสัดส่วนที่มีสูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้มีการศึกษาสูงเป็นผู้ที่มีอาชีพ และมีตำแหน่งหน้าที่การงานตลอดจนรายได้ที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทำให้มีโอกาสได้เดินทางไปปฏิบัติหน้าที่ในเขตต่างๆ เช่น ไปประชุมสัมมนา ไปติดต่อราชการและธุรกิจต่างๆ และยังมีอำนาจในการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวได้มากกว่าอีกด้วย

4. อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน เนื่องจากอาชีพแต่ละอาชีพมีความแตกต่างกัน ทำให้การลักษณะการใช้ชีวิตและข้อจำกัดในสังคมแตกต่างกันเหล่านี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับแนวคิดของ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย และนำมาสังเคราะห์ ให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมเกี่ยวกับการศึกษา ผลการศึกษา ค่อนข้างจะมีความหลากหลายในเรื่องอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ก็สามารถจะกล่าวโดยภาพรวมได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นอาชีพที่มีวันหยุดหรือต้องเดินทางต่างพื้นที่เพื่อติดต่อราชการ งานประชุมมากกว่าอาชีพอื่น รองลงมา คือ กลุ่มลูกจ้าง ธุรกิจ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มพ่อค้านักธุรกิจ

5. รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน น่าจะมาจากรายได้ต่อเดือนยิ่งแตกต่างกัน ทำให้ข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตต่างกันเหล่านี้ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและยิ่งรายได้สูง ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เนื่องจากอาจไม่มีภาระค่าใช้จ่ายจำเป็น ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณการเงิน ยิ่งให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่งผลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสูงมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย จะมีข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่า

6. สถานภาพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั่วไป มีสภาวะที่ต่างคนต่างมีความเป็นคนที่มั่งคั่ง ไม่ว่าจะเป็สถานภาพ โสด สมรส หรือหย่าร้างกัน ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีหลายปัจจัยอื่นๆ สำคัญกว่า เช่น การเงิน เวลา วัตถุประสงค์ของการเดินทางเป็นต้น ซึ่งไม่เกี่ยวกับสถานภาพ ในอดีตสถานภาพสมรสอาจมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากมีภาระรับผิดชอบต่อสภาวะการเป็นครอบครัว แต่ในปัจจุบันการมีครอบครัวมีความพร้อมมากขึ้น และสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปด้วยกันได้ทั้งครอบครัว ทำให้สถานภาพที่ต่างกัน จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบุคคลด้านผลิตภัณฑ์มากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพ ความหลากหลาย ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่ง

สำคัญสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวเลือกจะตัดสินใจเดินทาง เพราะสถานที่ท่องเที่ยวไม่น่าสนใจก็จะไม่เกิดแรงจูงใจในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างแน่นอน

8. ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อบริการด้านราคามากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีข้อจำกัดด้านรายได้และงบประมาณแตกต่างกัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาสูงมาก ยิ่งราคาถูกสามารถประหยัดเงินในกระเป๋านักท่องเที่ยวยังมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับ (ฉลองศรีพิมลสมพงศ์, 2531) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เงินหรือค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าไกลใกล้จำเป็นต้องใช้เงินไม่มากก็น้อย เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ

9. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายแพ็คเกจการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงความสะดวกในด้านการหาที่พัก และร้านอาหาร ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการท่องเที่ยว

10. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการด้านส่งเสริมการตลาดมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากเนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจซบเซาและค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย ดังนั้น การจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจึงให้ความสำคัญ

11. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีโดยพบว่ายิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการด้านเศรษฐกิจมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นตัวชี้วัดในเรื่องรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อ

การตัดสินใจในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2531) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เงินหรือค่าใช้จ่าย เป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าไกลใกล้ จำเป็นต้องใช้เงินไม่มากก็น้อย เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ

12. ปัจจัยด้านเมืองมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านการเมืองมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว หากประเทศเกิดปัญหาทางด้านการเมือง จะทำให้เกิดผลกระทบตามมาหลายด้าน นักท่องเที่ยวก็จะวิตกกังวลที่จะเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ปัญหาด้านความปลอดภัยในส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง หรือความปลอดภัยตามแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่น ความกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวในระยะเวลาสั้น ในทางตรงข้าม หากการเมืองดี สภาวะพื้นตัวทางเศรษฐกิจดี และเกิดสภาวะความมั่นคง การเมืองก็จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสทางการเดินทางท่องเที่ยวให้ขยายตัวได้อย่างกว้างขวาง

13. ปัจจัยด้านนิยามมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านนิยามมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากที่เที่ยวที่ไหนที่ได้รับความนิยมมาก (เป็นกระแส) จะสร้างแรงจูงใจในการเลือกท่องเที่ยวสูงมาก เช่น นักท่องเที่ยวนิยมเลือกไปท่องเที่ยวปาย ทำให้มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจไปเที่ยวปาย

14. ปัจจัยด้านคมนาคมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านคมนาคมมากเท่าไร ยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยว การคมนาคมเป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทาง หากสถานท่องเที่ยวไหนมีความสะดวกทางคมนาคม ก็สามารถเพิ่มแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบัน การคมนาคมเข้ามามีส่วนสำคัญ และสามารถสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่มากขึ้น หากสถานที่ท่องเที่ยวใดมีการคมนาคมที่หลากหลายสามารถเดินทางไปได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว และช่วยประหยัดเวลา ก็สามารถมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

## ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

จากผลวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาหรืออุปสรรค สะท้อนให้เห็นว่า คุณภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ถือว่า อยู่ในระดับดี ส่วนปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการ สร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวกและมลพิษจากขยะและน้ำเสีย เนื่องจากปัญหาในปัจจุบัน ของจังหวัดชลบุรี มีนิคมอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมากมาย เช่น นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร นิคม อุตสาหกรรมแหลมฉบัง ซึ่งในแต่ละวันมีรถบรรทุกขนส่งสินค้าทุกวัน ทำให้ถนนเกิดสภาพการสึก กร่อน ขรุขระ ทำให้เป็นปัญหาในการเดินทาง เพราะต้องมีการซ่อมถนนหนทางเป็นระยะๆ ในช่วง ถนนของการเดินทางไปจังหวัดชลบุรี ส่วนมลพิษจากขยะและน้ำเสีย ในหลายปีที่ผ่านมาจังหวัด ชลบุรีมีปัญหาเรื่องมลพิษจากขยะและน้ำเสียมาก เนื่องจากจังหวัดชลบุรีมีโรงงานที่อยู่ภายในนิคม อุตสาหกรรมต่างๆ ปล่อยน้ำเสีย ตลอดจนมลภาวะทางอากาศ บางส่วน ที่อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาจากการเก็บข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวที่ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 58 คน ส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะว่า ถนนในการเดินทางมีสภาพไม่ดี รถขนส่งสินค้ามีจำนวนมาก ทำให้การ เดินทางไม่สะดวก ควรมีการปรับปรุง ในเรื่องของการคมนาคม ซึ่งอาจจะเพิ่มเส้นทางเดิน หรือ แยกเส้นทางเดินรถของรถปกติ กับรถขนส่งสินค้า เพื่อเป็นการสะดวกในการเดินทาง และราคา อาหารและของที่ระลึกแพงเกินความเป็นจริง ในเรื่องราคาอาหารและของที่ระลึกแพงเกินความ เป็นจริงตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดของการท่องเที่ยวและมีสถานที่ ท่องเที่ยวมากมายอีกจังหวัดหนึ่ง แต่ก็ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก จึงอาจทำให้นักท่องเที่ยว รู้สึกว่า ราคาของอาหารและเครื่องดื่มน่าจะมีต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก ในด้านการขนส่ง จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่า สินค้าแพงเกินความเป็นจริง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบและสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ ความคิดเห็นเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา คือ

ด้านการคมนาคม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์เป็นพาหนะการเดินทาง ดังนั้น ทางเทศบาลจังหวัดชลบุรี ควรเร่งปรับปรุงการ



คมนาคมให้มีความสะดวก ทั้งผิวการจราจร การจัดระเบียบการด้านการเดินรถของรถขนส่ง และรถยนต์ส่วนบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อลดอันตราย และเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ตลอดจนป้ายบอกทาง ที่ควรจัดและแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นอย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยว ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางภาครัฐและเอกชน ตลอดจนพ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบการต่างๆ ที่เปรียบเสมือนเจ้าบ้าน ช่วยกันดูแลและรณรงค์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ โดยการปรับภูมิทัศน์อยู่เสมอเมื่อเกิดแหล่งเสื่อมโทรม เป็นต้น ออกกฎหรือติดป้ายเพื่อรณรงค์ ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวด้วย

ด้านของราคาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาสูงเกินไป ตลอดจนความสะดวก ความถูกสุขลักษณะของอาหารที่พ่อค้าแม่ค้า ขายให้กับนักท่องเที่ยว ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ โดยการจัดระเบียบและสร้างมาตรฐานการให้บริการ ตลอดจนกำหนดนโยบายหรือเกณฑ์การกำหนดราคาของสินค้าไม่ให้สูงเกินไป และการให้ความชัดเจนในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มกับนักท่องเที่ยว ซึ่งในบางร้านค้าอาจไม่ให้ความชัดเจน ในเรื่องของราคาสินค้าเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกซื้อตามความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

#### **ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป**

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรทำเชิงคุณภาพสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้ประกอบการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวอย่างต่ำ 30 คน
2. ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี ทุกๆ ปี เพื่อนำมาวางกลยุทธ์กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจังหวัดชลบุรี
3. การศึกษาเรื่องนี้ ควรจัดเป็นวาระสำคัญของเทศบาล จังหวัดชลบุรี เพราะมีส่วนสำคัญต่อการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งของจังหวัดชลบุรี และเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของประเทศไทย



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กฤป จุระกะนิธย์. (2551). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). **การจัดการการท่องเที่ยว.** สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2553, จาก <http://thai.tourismthailand.org/>
- จรรยา วาหลวง. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2531). **การวางแผนการตลาดและการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชำนาญ ม่วงทิม. (2534). **นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคตต้องการอะไร ทำอย่างไรเราจึงจะตอบสนองความต้องการนั้นได้. จุลสารการท่องเที่ยว, 10(2), 3-7.**
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3).** เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ. (2541). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไฮเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). **บทความสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 16(2219).**
- Abraham H. Maslow. (1954). **Motivation and Personality.** New York: Harper and Row.

David Weaver and Martin Oppermann. (2000). **Tourism management**. Milton, Qld.:  
Jacaranda Wiley.

Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management** (11<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip. (1996). **Principles of Marketing** (7<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.





ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยนเรศวร  
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

\*\*\*\*\*

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัด  
ชลบุรี

เรียน ท่านผู้กรอกแบบสอบถาม

ด้วยข้าพเจ้านางสาวรุ่งรวี คล้ายสุวรรณ กำลังศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลป  
ศาสตรมหาบัณฑิต ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร และกำลังศึกษา  
งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 803598 การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดกรอกแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ของงานวิจัยนี้ด้วย

.....ขอขอบคุณค่ะ.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความและเขียนคำตอบลงในช่องว่าง

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 25 ปี ( ) 25 – 34 ปี ( ) 35 – 44 ปี  
( ) 45 – 54 ปี ( ) 55 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพ ( ) ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว ( ) รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) แม่บ้าน/ พ่อบ้าน ( ) พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) นักเรียน/ นักศึกษา ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ( ) 10,001 – 20,000 บาท  
 ( ) 20,001 – 30,000 บาท ( ) 30,001 – 40,000 บาท  
 ( ) 40,001 – 50,000 บาท ( ) สูงกว่า 50,000 บาท
6. สถานภาพ ( ) โสด ( ) สมรส ( ) หม้าย/หย่าร้าง

**ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางการตลาด</b>					
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (สถานที่ท่องเที่ยว)</b>					
1. รูปแบบการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย					
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความสะดวกของสถานที่พักผ่อน					
4. ความสะดวกของร้านอาหาร					
5. ความสะดวกของร้านขายของฝาก ของที่ระลึก					
6. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
7. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเหมาะแก่การ ท่องเที่ยว เช่น ด้านการคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ					
<b>ด้านราคา</b>					
8. ราคาการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสม เช่น ค่าบัตรเข้าชม ค่าผ่านเข้าสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
9. ราคาที่พักมีความเหมาะสม					
10. ราคาอาหารมีความเหมาะสม					
11. ราคาของฝากของที่ระลึก มีความเหมาะสม คุ่มค่า					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. การชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต มีความสะดวกในการใช้จ่าย					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
13. มีความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					
14. มีความสะดวกในการจอดรถ					
15. การจัดจำหน่ายแพ็คเกจการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
16. มีความสะดวกในหาที่พัก					
17. มีความสะดวกในหาร้านอาหาร					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
18. มีการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ					
19. มีการจัดโปรโมชั่น จัดแพ็คเกจ ในการท่องเที่ยวได้เหมาะสม					

**ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านปัจจัยอื่นๆ</b>					
20. สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งต่อการท่องเที่ยว					
21. ความผันผวนทางการเมืองมีผลต่อการท่องเที่ยว					
22. ความนิยมในการท่องเที่ยวมีผลต่อการท่องเที่ยว					
23. การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วขึ้นมีผลต่อการท่องเที่ยว					



**ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
24. ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี					

**ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความและเขียนคำตอบลงในช่องว่าง

- ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านประสบปัญหาหรือไม่
  - ไม่ประสบปัญหา
  - ประสบปัญหา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
    - ราคาสินค้าและบริการแพง
    - มลพิษจากขยะและน้ำเสีย
    - ความปลอดภัยจากอาชญากรรมและการขโมยทรัพย์สิน
    - การสร้างถนนและการคมนาคมที่ไม่สะดวก
    - การให้บริการของรถรับจ้างสาธารณะ
    - การให้ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร
    - สภาพอากาศที่แปรปรวน
    - การถูกคุกคามจากพ่อค้าแม่ค้า บริเวณแหล่งท่องเที่ยว
- สิ่งที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - ถนน
  - ป้ายบอกทาง
  - ที่พัก
  - พาหนะเดินทาง เช่น รถโดยสารสาธารณะ
  - เอกสารประชาสัมพันธ์
  - การอนุรักษ์ธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยว
  - ความสะอาด
  - สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว
  - ความปลอดภัย
  - ไม่ตรีจิตรจากคนพื้นที่
  - อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ภายหลังจากการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ท่านมีความพึงพอใจอย่างไร

( ) พึงพอใจ                      ( ) เฉยๆ                      ( ) ไม่พึงพอใจ

4. ภายหลังจากการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ท่านคิดว่า ค่ำค่ามากน้อยเท่าใด เมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป

( ) ค่ำค่า                      ( ) เฉยๆ                      ( ) ไม่ค่ำค่า

5. ท่านตั้งใจจะมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี อีกหรือไม่

( ) มาอีกแน่นอน                      ( ) ไม่แน่ใจ                      ( ) ไม่มาอีกแน่นอน

**ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี**

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ขอขอบพระคุณในการให้ข้อมูล  
ผู้วิจัย



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

มหาวิทยาลัยนเรศวร

## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล รุ่งรวี คคล้ายสุวรรณ  
วัน เดือน ปี เกิด 24 ตุลาคม 2528  
ที่อยู่ปัจจุบัน 419/1308 หมู่ 10 ตำบลในคลองบางปลากด  
อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290  
ที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
เลขที่ 295 ถนนราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300  
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
ประสบการณ์ทำงาน  
พ.ศ. 2551 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2551 ศศ.บ. (ธุรกิจการbin) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

