“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี”

สารนิพนธ์

ของ

จรรยา วาหลวง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2550

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี”

บทคัดย่อ

ของ

จรรยา วาหลวง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2550

จรรยา วาหลวง. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง และพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดและหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเพศหญิงมีอายุ 25– 34 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวพระพุทธรูปใหญ่อย่างมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากเพื่อน และประเภทสื่อมวลชนจากแผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร ในระดับมาก ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาในการเดินทาง คือ วันหยุดปลายสัปดาห์ ระยะเวลาต่อครั้งเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 8,100 บาท จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวหินตาหินยาย พระใหญ่ สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวพระใหญ่ พระธาตุศิลางู และเจดีย์แหลมสอ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ0.01 ตามลำดับ ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวหาดละไม พระใหญ่เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู ฟาร์มงูและสวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับต่ำมาก

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย จากแฟน / คนรัก มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และจากองค์กรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ปัจจัยจูงใจเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และปัจจัยด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวร์ เรือมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

FACTORS INFLUENCING THAI TOURISTS TRAVELING BEHAVIOR IN KOH SAMUI SURATTHANI PROVINCE

AN ABSTRACT

BY

JUNYA WALUANG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Master of Business Administration in Management

At Srinakharinwirot University

March 2007

Junya Waluang. (2007). *Factors Influencing Thai Tourists Traveling Behavior In Koh Samui, Suratthani Province.* Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc.Prof. Supada Sirikudta

The purpose of this research was to study factors influencing Thai tourists traveling behavior in Koh Samui, Suratthani province which focused on Thai tourists' demographic characteristics, satisfaction toward tourist attractions, perception about tourist information and motivational factor of traveling; as well as, study on correlation of satisfaction toward tourist attractions, perception toward tourist information, motivational factor of traveling with traveling behavior.

The samples of the research were 400 Thai tourists who traveled and stayed at Koh Samui, Suratthani Province. Questionnaires were used as a tool for data collection. The statistics used for analyzing were percentage, average, standard deviation, independent t-test, one-way analysis of variance, pair comparison analysis by Least Significant Difference (LSD) was used if significant differences were found and correlation analysis by using Pearson product moment correlation coefficient. The research revealed that:

The majority of Thai tourist at Koh Samui, Suratthani province was female, 25-34 years old age, single marital status, bachelor degree graduated, worked as private company employees and earned equal/less than 10,000 baht monthly income.

Tourists' satisfaction toward big Buddha tourist attraction was high. Perception about tourist information by personal media from friend, by mass communication media from brochure/leaflet/magazine were at high level. Motivational factor in tourist attraction was from beauty of beaches and sea the most.

Thai tourists' traveling behaviors in Koh Samui, Suratthani province were as followed. Main purpose for traveling was for relaxation/sightseeing. Travel companion was friend Tourists mostly traveled by private car. Traveling date was on weekend. Tourists spent 4 days traveling period in average. Tourists spent 8,100 baht approximate expense per time. Tourists came estimate 3 times amount of visiting. Tourists had attention to be back for traveling again.

Tourists' with different demographics comprised different marital status had different traveling expense; also, different educational level had different traveling period per time and amount of visiting; as well as, different occupations had different traveling expense at .05 statistically significant different level.

Satisfaction toward tourist attraction of Hin Ta – Hin Yai, big Buddha, butterfly garden correlated to traveling period per time at .05 statistically significant level. Satisfaction toward tourist attraction of Big Buddha, Sila Ngu pagoda and Leam Sor Chedi correlated to amount of visiting at .05 and .01 statistically significant level respectively. Satisfaction toward tourist attraction of Lamai beach, big Buddha, Leam Sor Chedi, Sila Ngu pagoda, snake farm and butterfly garden correlated to intention to be back for traveling again at .01 and .05 statistically significant level respectively, at very low level in the same correlation direction.

Perception about tourist information of Koh Samui from lover correlated to traveling expense. Perception about tourist information of Koh Samui from parents/relatives, traveling agency, brochure/leaflet correlated to amount of visiting. Perception about tourist information of Koh Samui from traveling agency correlated to intention to be back for traveling again at .05 statistically significant level, at very low level in the same correlation direction.

Motivational factor on beauty of beaches and sea correlated to traveling period per time at .05 statistically significant level. Motivational factor on beauty of beaches and sea correlated to traveling expense at .01 statistically significant level. Motivational factors on meeting with person who interested in the same topics, beauty of beaches and sea, pleasant and natural-like water fall, art and culture attractiveness, transportation service such as airline, tour bus, boat correlated to intention to be back for traveling again at .05 and .01 statistically significant level respectively, at very low level in the same correlation direction.

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี”

สารนิพนธ์

ของ

จรรยา วาหลวง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนและความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณักษ์ กุลิส ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันเป็นประโยชน์ในชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่ น้อง ผู้ให้การสนับสนุนทั้งแรงกาย แรงใจ ให้ผู้วิจัยก้าวมาถึงจุดนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเกาะสมุย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลให้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จรรยา วาหลวง

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1

ภูมิหลัง 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย 3

ความสำคัญของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

ประชากรที่และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 3

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 4

นิยามศัพท์เฉพาะ 6

กรอบแนวคิดในการวิจัย 8

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า 9

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 10

ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม 10

แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ..... ……. 14

ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว 18

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ 22

แนวความคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร 24

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อ 25

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว 29

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว 31

ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 35

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 47

3 วิธีดำเนินการดำเนินการศึกษาค้นคว้า 50

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย 50

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง **50**

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย **52**

วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 58

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

3 (ต่อ) การจัดการกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล 58

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 60

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 65

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 65

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 65

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 66

5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 128

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า 128

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า 131

อภิปรายผล 143

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ 149

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 151

บรรณานุกรม 152

ภาคผนวก 155

ภาคผนวก ก 156

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย 157

ภาคผนวก ข 160

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม 161

ประวัติย่อผู้วิจัย 164

บัญชีตาราง

ตาราง **หน้า**

1 แสดงการสุ่มเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลแต่ละสถานที่ 51

2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม 66

3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความพึงพอใจ
ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว 69

4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ... 70

5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยว. 71

6 แสดงจำนวนและร้อยร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว 72

7 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่ร่วมเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยว..... 72

8 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 73

9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 73

10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลา
ท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในเฉลี่ยต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว..... 74

11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก 74

12 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของเพศ..... 76

13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านระยะเวลาท่องเที่ยว
ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว..... 76

14 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของอายุ..... 78

15 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยว
ต่อครั้ง และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 78

16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว.. 79

17 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของสถานภาพ 80

18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว. 81

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 82

20 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว..... 82

21 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของระดับการศึกษา..... 83

22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว . 84

23 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง 85

24 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว 86

25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว..... 87

26 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของอาชีพ 88

27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว..... 89

28 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว..... 90

29 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 91

30 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว Forsythe ทดสอบ..... 92

31 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวท่องเที่ยวต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว..... 92

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งกรุงเทพมหานคร 94

33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร..... 97

34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเครดิตต่อไป 99

35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก 101

36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง 105

37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว.....107

38 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวตัดสินใจ 109

39 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก 111

40 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง.....113

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

41 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางทองต่อไป.....115

42 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวทองเพิ่มขึ้น.....117

43 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก 119

44 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....121

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 8

2 แสดงกระบวนการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ (Elements in the communication)..... 24

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

“ร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรม เกาะสมุยงามล้ำ ชุ่มฉ่ำชั่วนาตาปี หินตา หินยาย หินงู แหลมสอเจดีย์ เกาะพะงันแห่งนี้ยังมีสระมโนราห์ น้ำตกจอมทองน่ามอง อ่าวท้องนายปาน เพลิดเพลินวนอุทยาน น้ำตกแพงสวยงามสง่า อ่าวศรีธนู หาดริ้นลมพริ้วโชยมาสดชื่น รื่นเริงอุรา สมนาม สุราษฎร์ธานี” ส่วนหนึ่งของเพลงมนต์สุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยว

สุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดของภาคใต้ ประมาณ 12,891 ตารางกิโลเมตร มีเขตติดต่อดังนี้ ทิศเหนือจดจังหวัดชุมพรและจังหวัดระนอง ทิศใต้จดจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดกระบี่ ทิศตะวันออกจดอ่าวไทยและจังหวัดนครศรีธรรมราช ทิศตะวันตกจดจังหวัดพังงาและจังหวัดระนอง สุราษฎร์ธานีแบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอคือ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอพุนพิน อำเภอคีรีรัฐนิยม อำเภอพนม อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอเกาะสมุย อำเภอดอนสัก อำเภอไชยา อำเภอท่าชนะ อำเภอท่าฉาง อำเภอบ้านนาสาร อำเภอพระแสง อำเภอเวียงสระ อำเภอเคียนซา อำเภอบ้านตาขุน อำเภอเกาะพะงัน อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอชัยบุรี และกิ่งอำเภอวิภาวดี

เกาะสมุยเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ห่างจากกรุงเทพ ประมาณ 700 กิโลเมตร อยู่ในบริเวณอ่าวไทย ห่างจากสุราษฎร์ธานีไปทางทิศตะวันออก 84 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 247 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 40,000 คน ถนนรอบเกาะ (ถนนสายทวีราษฎร์ภักดี) ยาว 52 กิโลเมตร พื้นที่ 1 ใน 3 ของเกาะเป็นที่ราบ ล้อมรอบภูเขา ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงคลื่นลมสงบเหมาะแก่การท่องเที่ยวที่สุด เกาะสมุยเป็นเกาะที่มีหาดทรายสวยทรายขาวมีชื่อหลายแห่ง อาทิ หาดเฉวง หาดนาเทียน หาดตลิ่งงาม หาดละไม เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาดทราย ทะเล สายลม และแสงแดด ชายหาดที่ทอดยาวขนานไปกับทะเลต้นมะพร้าวริมชายหาดและน้ำทะเลใสสวย ล้วนเป็นเสน่ห์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยไปสมุยมาแล้วต้องหวนกลับไปอีกครั้งแล้วครั้งเล่า อาหารทะเลสด ๆ ก็เป็นอีกเสน่ห์ที่ชวนให้นึกถึง

นอกจากทะเลสวยน้ำใสแล้ว เกาะสมุยยังมีกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลกบริการนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ สปา หรือการดูแลรักษาสุขภาพด้วยการใช้น้ำบำบัด เช่น การอาบแช่น้ำ อาจจะเป็นน้ำแร่ หรือน้ำร้อน การบำบัดโดยการนวด หรือ การใช้พฤกษาบำบัด โดยใช้กลิ่นพืชพรรณธรรมชาติช่วยในการคลายเครียด ซึ่งมีสถานที่บริการอยู่หลายแห่ง ทั้งในโรงแรมและศูนย์สปาโดยเฉพาะ แต่ละสถานที่มีบรรยากาศ ความสะดวกสบาย และการบริการที่ดีเยี่ยม ชวนให้รู้สึกผ่อนคลายอย่างแท้จริง

ความสวยงามของเกาะสมุย ยังผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรมของชาวพื้นถิ่นที่ยังคงเป็นรากฐานของความเป็นมาของชุมชนอีกหลายแห่งบนเกาะ เช่น วัดสำเร็จ วัดละไม เจดีย์แหลมสอ เป็นต้น

ด้วยความสวยงาม สงบ สะดวกสบาย ความเป็นธรรมชาติและมีศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจทำให้เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2548 เกาะสมุยมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1,014,909 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 162,335 คน หรือร้อยละ 16 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 852,574 คน หรือร้อยละ 84 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยในปี 2547 นักท่องเที่ยวชาวไทยได้เพิ่มขึ้น 337 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.21 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เพิ่มขึ้น 76,809 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่บนเกาะสมุยประมาณ 2.84 วัน และจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่บนเกาะสมุยประมาณ 4.57 วัน มีรายได้จากการท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนเงิน 1,000.59 ล้านบาท และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนเงิน 11,757.41 ล้านบาท (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว ททท. เกาะสมุย: 30 เมษายน 2549)

เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวมากมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวน้อย ดังนั้นเพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้จัดทำแผนงานด้านการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อกระตุ้นให้คนไทยมีค่านิยมและทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวนมากขึ้น เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว กระจายรายได้ไปยังทุกภูมิภาคของประเทศอย่างทั่วถึง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

จากข้อมูลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมตลอดไป รวมทั้งเพื่อเป็นการดูแลรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีและสวยงามเคียงคู่เกาะสมุยตลอดไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

1. เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบายอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย

2. เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบในการปรับปรุงและพัฒนา ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สามารถระบุได้จำนวนประชากรได้แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548: 193-194)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

p = สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษา เท่ากับ 50 %

q = สัดส่วนของประชากรที่ไม่ได้สนใจศึกษา = 1-p

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ได้ ค่าเท่ากับ 0.05

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ดังนั้น

$$n = \frac{(1.96)^2(.5)\,(1-.5)}{(0.05)^2}$$

= 385 คน

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% เท่ากับ 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นมีขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวจำนวน 10 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น พระพุทธรูปใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู

2. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่งที่เลือกไว้แห่งละ 40 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

3. วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้ข้างต้น

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรอิสระมาศึกษาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1. ชาย

1.1.2. หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 25 ปี

1.2.2. 25 - 34 ปี

1.2.3. 35 - 44 ปี

1.2.4. 45 – 54 ปี

1.2.5. อายุ 55 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1. โสด

1.3.2. สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3.3. หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.4.1 ประถมศึกษา

1.4.2. มัธยมศึกษาตอนต้น

1.4.3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

1.4.4. อนุปริญญา

1.4.5. ปริญญาตรี

1.4.6. สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

1.5.1 นักเรียน หรือ นิสิตนักศึกษา

1.5.2. รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ

1.5.3. พนักงานบริษัทเอกชน

1.5.4. ธุรกิจส่วนตัว

1.5.5. ค้าขาย

1.5.6. อื่นๆ โปรดระบุ .....

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6.1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.6.2. 10,001 – 20,000 บาท

1.6.3. 20,001 – 30,000 บาท

1.6.4. 30,001 – 40,000 บาท

1.6.5. 40,001 – 50,000 บาท

1.6.6. สูงกว่า 50,000 บาท

2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่เที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน

4. ปัจจัยการจูงใจด้านจิตวิทยาในการท่องเที่ยวของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนเองไปยังเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใดๆ ก็ตามที่มิใช่เป็นการหารายได้

นักท่องเที่ยวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนในประเทศไทย เดินทางไปยังเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นการชั่วคราว ในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใดๆ ก็ตามที่มิใช่เป็นการหารายได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย หมายถึง ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งแบ่งเป็น สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การได้รับข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากแหล่งข้อมูลต่างๆ แบ่งเป็นสื่อบุคคล เช่น ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง แฟน / คนรัก และสื่อมวลชน เช่น องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร อินเตอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นพิเศษเฉพาะตัว แบ่งเป็นปัจจัยจูงใจด้านจิตวิทยา เช่น เพื่อความสนุกและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้ความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ปัจจัยจูงใจด้านเหตุผล เช่น ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น และการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวร์ เรือ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังที่ใดที่หนึ่ง และพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง จุดมุ่งหมายหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็นการเดินทางเพื่อมาพักผ่อน / ท่องเที่ยว มาติดต่อธุรกิจ / ประชุมสัมมนา มาทัศนศึกษา มาเยี่ยมญาติ / เพื่อน

บุคคลที่ร่วมเดินทาง หมายถึง บุคคลที่ร่วมเดินทางเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยอาจเดินทางมาคนเดียว มากับเพื่อน มากับครอบครัว หรือมากับแฟน / คู่รัก

พาหนะที่ใช้เดินทาง หมายถึง พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็น เครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถบริษัทนำเที่ยว รถโดยสารประจำทาง

ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็น วันธรรมดา วันหยุดปลายสัปดาห์ วันหยุดตามเทศกาล วันลาพักร้อนประจำปี

จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

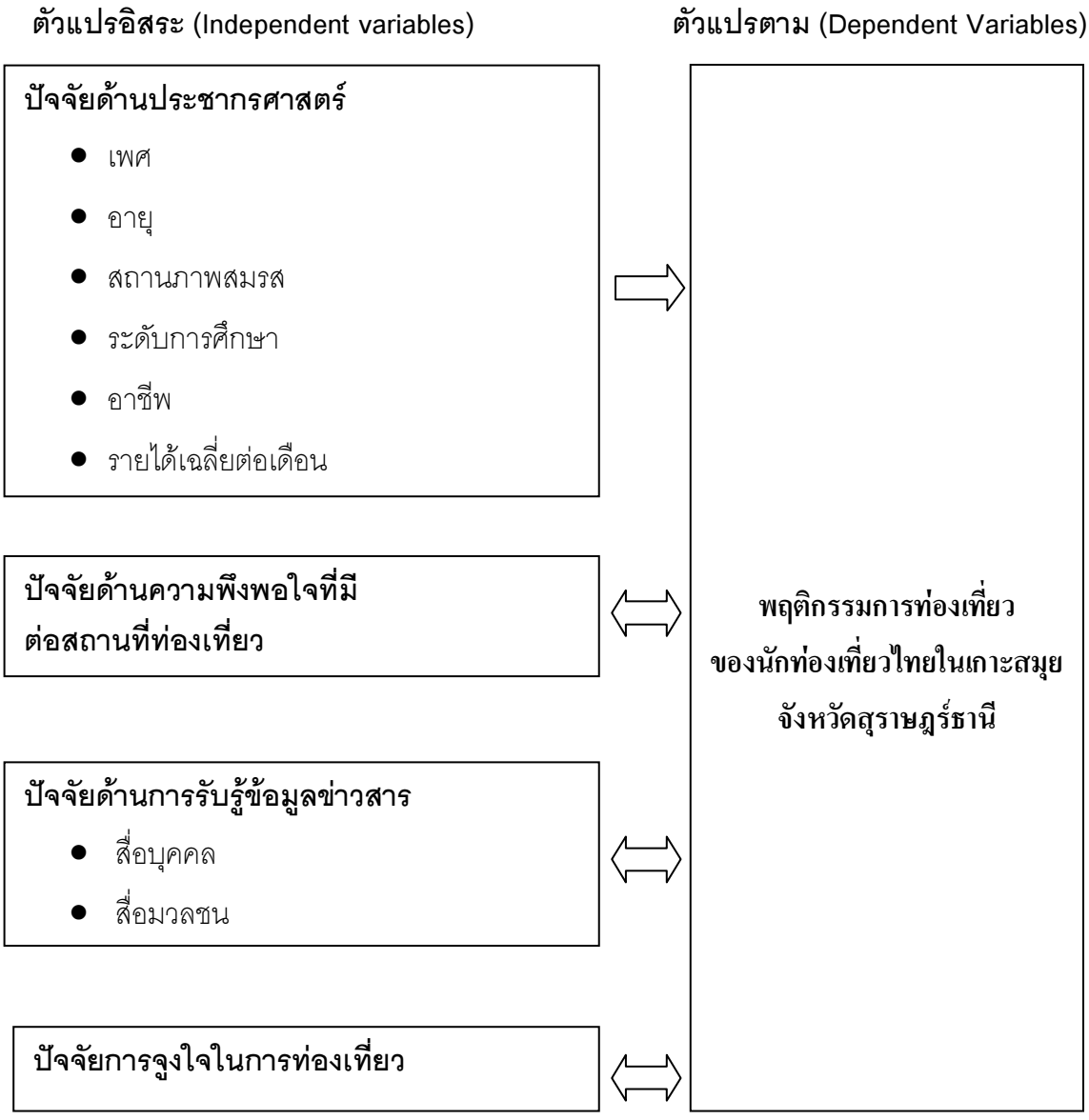
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก หมายถึง ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
2. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว
4. ความพึงพอใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร
6. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อ
7. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
9. ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) มีความหมายอย่างกว้าง ๆ ว่ากระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่ปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ภายนอก (ธงชัย สันติวงษ์. 2537: 24-25)

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง อาการ กิริยา ท่าทาง การกระทำ หรือกิจกรรมทุกอย่างของสิ่งมีชีวิต ซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรง หรือใช้เครื่องมือวัดได้ (ดร.รังรอง งามศิริ)

แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถมองเห็นหรือสังเกตเห็นได้จากภายนอก ได้แก่

1.1 พฤติกรรมโมล่าร์ (Molar Behavior) พฤติกรรมหน่วยใหญ่ที่สังเกตเห็นด้วยตาเปล่าโดยไม่ต้องอาศัยเครื่องมือ เช่น เดิน นั่ง

1.2 พฤติกรรมโมเลกูลาร์ (Molecular Behavior) พฤติกรรมหน่วยย่อยที่ต้องสังเกตโดยตรงผ่านเครื่องมือ จะสังเกตด้วยตาเปล่าไม่เห็น เช่น การเต้นของชีพจร ความดันเลือด

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ไม่แสดงออกมาให้บุคคลภายนอกสังเกตเห็นโดยตรง สามารถรู้ได้ต้องสังเกตทางอ้อม เช่น ความตั้งใจ ความเครียด

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจาก

1. แรงขับ
2. ความคิด
3. การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม
4. การเลียนแบบ

ความหมายของพฤติกรรม พฤติกรรมเป็นการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นกิจวัตรประจำวันและเป็นพฤติกรรมภายนอก ใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกายและสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่งๆหรืออาจเป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้ปฏิบัติทันทีแต่คาดคะเนว่าอาจจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป ดังนั้นพฤติกรรมในที่นี้จึงเน้นเฉพาะการปฏิบัติ (Practices) เป็นสำคัญ มีนักการศึกษาและจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ดังนี้ การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถที่จะนำเอาวิธีการ ทฤษฎี กฎเกณฑ์ และแนวคิดต่าง ๆ ไปใช้แก้ปัญหาในสถานการณ์จริง หรือสถานการณ์จำลองได้อย่างถูกต้องโดยตนเอง (เสริมศักดิ์ วิศาลากรณ์ และอเนกกุล กรีแสง. 2522: 43-42)

การปฏิบัติ หมายถึง การที่สามารถนำความรู้ ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริง หรือสถานการณ์จำลองที่คล้ายคลึงกัน หรือสามารถนำทฤษฎี กฎเกณฑ์และวิธีดำเนินการต่างๆ ของเรื่องนั้นไปใช้แก้ปัญหาในทำนองเดียวกันได้ (ยัง พิทยานิค. 2523: 162)

การปฏิบัติ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ความเข้าใจที่มีในเรื่องราว ข้อเท็จจริง วิธีการต่างๆไปใช้ในสถานการณ์จริง ในชีวิตประจำวันหรือในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน

สำหรับในต่างประเทศมีผู้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ ดังนี้

การปฏิบัติ หมายถึง ความตั้งใจในการปฏิบัติมีพื้นฐานมาจากความรู้ ข้อมูล ทัศนคติหรือความเชื่อ (Attitude or Belief)

องค์ประกอบของพฤติกรรม กล่าวว่า พฤติกรรมของคนเรามีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ (ปกิจ พรหมา. 2530: 29 : อ้างอิงจาก Cronbach. n.d.)

1. ความมุ่งหมาย (Gold) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเรามีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการอื่น ๆ ภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของบุคคล

3. สถานการณ์(Situation)เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่บุคคลจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาเสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คิดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้นผลที่ได้อาจตรงตามที่คาดไว้(Confirm)หรืออาจตรงข้ามกับความคาดหมาย(Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

นิยามความหมายของพฤติกรรมจากบุคคลต่าง ๆ

ชัยพร วิชชาวุธ (2525: 1) ให้ความหมายของ “พฤติกรรม” ว่าหมายถึงการกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิด ต่างเป็นพฤติกรรมทั้งนั้น

ศรียา และประภัสสร นิยมธรรม (2519: 1) พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกใดๆ ที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ หรืออาจสังเกตได้จากเครื่องมือที่นักทดลองนำมาใช้

ชุดา จิตพิทักษ์ (2525: 2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาข้างนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคลซึ่ง คนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่าที่เขายังถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่างๆ ทัศนคติหรือเจตคติที่เขามีต่อสิ่งต่างๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ รสนิยม และสภาพจิตใจ ปัจจัยต่างๆ นี้เป็นเหตุกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล

โสภา โชพิกุลชัย (2521: 2) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีชีวิต และบุคคลอื่น สามารถสังเกตได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้ เช่น การหัวเราะ การร้องไห้ การกิน การนอน การเล่น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 15) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นสังเกตได้หรือไม่

การวัดพฤติกรรม

สมจิตร สุพรรณทัศน์ (2526: 131-136) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาพฤติกรรมดังนี้ คือ

1. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้โดย

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct Observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่า ครูจะสังเกตดูว่าใครทำกิจกรรมอะไรบ้างในห้องเรียน การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาก็ได้

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic Observation) คือ การที่บุคคลผู้ต้องการสังเกตพฤติกรรม ไม่ได้กระทำตนเป็นที่รบกวนพฤติกรรมของบุคคลผู้ถูกสังเกตและเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกัน ข้อจำกัดของวิธีนี้ก็คือ ต้องใช้เวลามากจึงจะสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาติดต่อกันเป็นจำนวนหลายครั้ง พฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลานาน

การสังเกตพฤติกรรมโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการสังเกตรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตให้เป็นระบบ และมีการบันทึกเมื่อสังเกตพฤติกรรมได้แล้ว นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่มีอคติต่อผู้ถูกสังเกต ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

2. การสังเกตพฤติกรรมโดยอ้อม แบ่งออกได้หลายวิธี คือ

2.1 การสัมภาษณ์ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- การสัมภาษณ์โดยทางตรง ทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่องๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้
- การสัมภาษณ์โดยทางอ้อมหรือไม่เป็นทางการ ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะพูดคุยไปเรื่อยๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์เจาะจงที่จะทราบถึงพฤติกรรม มีข้อจำกัดคือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2.2 การใช้แบบสอบถาม เหมาะสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลจำนวนมาก และเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้หรือสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลและอยู่กระจัดกระจาย นอกจากนี้ยังสามารถถามพฤติกรรมในอดีตหรือต้องการทราบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่งคือ ผู้ถูกศึกษาสามารถที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบได้โดยวิธีอื่นๆ ซึ่งผู้ถูกศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับ และการใช้แบบสอบถามจะใช้ศึกษาเวลาใดก็ได้

3. การทดลองโดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุม ตามที่ผู้ศึกษาต้องการโดยสภาพแท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาพฤติกรรมโดยควบคุมตัวแปรต่างๆ คงเป็นไปได้น้อยมาก การทดลองในห้องปฏิบัติการให้ข้อมูลมีขีดจำกัดซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริงได้ไม่เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มากในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางด้านการแพทย์

4. การทำบันทึก วิธีนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคลโดยให้บุคคลแต่ละคนทำบันทึกพฤติกรรมของตนเองซึ่งอาจจะเป็นบันทึกประจำวัน หรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม

2. แนวความคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (มล.ตุ้ย ชุมสาย. 2527: 42-43) หมายถึง การเดินทาง ซึ่งการเดินทางที่นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อยครบถ้วน 3 ประการ คือ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความสมัครใจของผู้เดินทาง
3. ต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เหมาะสมกับประเทศไทย และให้สอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2533: 19-20)

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในประเทศไทยครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเทศเหล่านี้จะต้องเดินทางเข้าเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่มาหางานทำ หรือหารายได้ในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวเหลานี้มีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2525: 4-8)

1.1 เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน พักฟื้น การศาสนา การกีฬา การประชุม/สัมมนา การทูต

1.2 เดินทางเข้ามาเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจหรือทำการค้าขาย

1.3 เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลำเดียวกันที่แวะจอด ณ ท่าเรือและขึ้นมาค้างคืนบนบก

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่มิใช่เพื่อไปหางานทำหรือหารายได้ทั้งนี้ได้จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภท คือ

2.1 นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม

2.2 นักท่องเที่ยวประเภท เช้า-เย็น กลับ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้จะประกอบด้วย

- คนไทย (Thai National)
- คนต่างด้าวที่อยู่ภายในประเทศไทย (Thailand Residence)

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทย และท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

3. ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

3.1 โรงแรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

- โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องพักจำนวน 100 ห้อง ขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบถ้วน เช่น ห้องปรับอากาศ ห้องชุดพักผ่อน ห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สถานบันเทิง สถานบริการต่างๆ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการไปรษณีย์ บริการรับ – ส่ง ฯลฯ ซึ่งโรงแรมลักษณะเช่นนี้จะมีอัตราค่าเช่าห้องพัก 400 บาทขึ้นไป

- โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้องขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และอัตราค่าเช่าต่ำกว่า 400 บาท

3.2 เกสเฮ้าส์ หมายถึง ที่พักที่เจ้าของสถานที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว ที่พักนี้อาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

- ลักษณะบ้านพักจะจัดส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

- ลักษณะคล้ายโรงแรมแต่วิธีการและระเบียบต่างๆไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรม และการคิดค่าบริการมี 2 ลักษณะ คือ ถ้าราคาหรือค่าบริการอยู่ในอัตราสูงจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำอยู่ภายใน แต่ถ้าค่าบริการถูกก็จะเป็นลักษณะห้องน้ำรวม

3.3 บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน หมายถึง ที่พักที่อยู่ในบ้านของญาติพี่น้อง หรือเพื่อนของนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวพักโดยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า

3.4 วัด หมายถึง สถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งจัดบริเวณส่วนหนึ่งให้เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางและบริการโดยไม่คิดค่าเช่า นอกจากผู้เข้าพักจะทำบุญ ถวายวัดตามกำลังศรัทธา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายหลายประการและบางครั้งถูกใช้ปะปนไปกับคำอื่น ๆ ในความหมายคล้าย ๆ กัน เช่น การเดินทางหรือไปทัศนาจร เป็นต้น จึงมีผู้พยายามให้ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวให้ชัดเฉพาะลงไปโดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์พิจารณาต่างๆ ขึ้นในพจนานุกรม Webster' Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความสราญใจ และในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว (Tourist) ก็คือ ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่ง เพื่อใฝ่หาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น (ชัยธวัช ไทย. 2529: 1)

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้พิจารณาหาคำจำกัดความการท่องเที่ยวที่เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยสรุปเป็นเงื่อนไขสากลขึ้น 3 ประการ กล่าวคือ การเดินทางในลักษณะที่จัดว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นอกจากนี้แล้วเนื้อหาของการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนามากขึ้นกระทั่งเป็นแนวความคิดทางวิชาการ (Smith.1977 : 13) และได้มีการจัดจำพวกนักท่องเที่ยวตามลักษณะของการท่องเที่ยวโดยยึดเกณฑ์จากสารานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานตอนที่ 285 ดังนี้ (อ้างถึงใน ชัยธวัช ไทย. 2517: 3)

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยไปพักแรม ณ ที่ใดที่หนึ่งในชั่วเวลาหนึ่งแล้วจึงกลับมายังถิ่นที่อยู่ของตน บางประเทศก็เรียกว่า นักท่องเที่ยว (Night Visitor)

2. นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่พักแรม ณ ที่ใดบางประเทศก็เรียกว่า นักทัศนาจร (Day Visitor)

3. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง อย่างเดียวกับนักทัศนาจร (Excursionist) แต่เป็นคำซึ่งประเทศหนึ่งใช้เรียกนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ที่เข้ามาในประเทศของตน และบางทีก็เรียกว่าผู้มาเยือนชาวต่างชาติ (Foreige Visitor) นอกจากนี้ในประเทศที่ใช้คำว่าผู้มาเยือนแทนคำว่านักท่องเที่ยวที่มักจะใช้คำว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) ให้หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศหนึ่ง แล้วท่องเที่ยวไปเฉพาะภายในประเทศของตนเอง

การกำหนดแนวความคิดเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวก็ดี ประเภทของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวก็ดี ย่อมสะท้อนให้เห็นได้ชัดว่า การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วยิ่งในลักษณะที่เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม

ดัชนีอีกอันหนึ่งที่ชี้ให้เห็นพัฒนาการนี้ ได้แก่ การตั้งองค์กรนานาชาติอย่างเช่น สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Internation Union of Official Organization หรือ เรียกย่อ ๆ ว่า IOUTO) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิก (Pacific Area Travel Association หรือเรียกย่อ ๆ ว่า PATA) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นเอเชียตะวันออก (East Asia Travel Association หรือเรียกย่อ ๆ ว่า EATA) หรือแม้แต่องค์กรท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization หรือเรียกย่อ ๆ ว่า WTO)

ด้านการท่องเที่ยวของ IUOTO เมื่อปี 1962 ได้สรุปว่าสำหรับเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นควรจะต้องมีการวางแผนทั้งในระดับชาติ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น เพราะจะก่อให้เกิดประสิทธิผล

ในการวางแผนและการวางแผนการท่องเที่ยวจะต้องมีการสำรวจเบื้องต้น 2 ลักษณะ คือ (นายพิภพ พิทักษ์ศิลป์. 2525: 16-17)

1. สำรวจพื้นที่ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ
2. การศึกษาและคาดการณ์โครงสร้างของนักท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่ง 2 สิ่งนี้จะนำไปสู่ขบวนการวางแผน 5 ประการ คือ

- จะต้องจัดทำข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะต้องเพิ่มขึ้น
- จะต้องทำการประเมินตลาดการท่องเที่ยว และคาดการณ์โครงสร้างของนักท่องเที่ยวในอนาคต
- จะต้องตรวจสอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอุปสงค์มากกว่าอุปทาน
- จะต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ในการลงทุน ทั้งการลงทุนภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้การพิจารณาส่งเสริมด้านการเงินเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
- จะต้องพยายามอนุรักษ์ และส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และสภาพที่ดีของสังคมด้วย

ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การที่จะทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ว่ามีมากน้อยกว่ากันเท่าใด เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้การวางแผนและการที่จะวัดความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น มีวิธีการทำได้หลายวิธีแต่ Gearing, Swart และ Var (1976 : 9) ได้เสนอวิธีการวัดความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 ขั้นตอน จากประสบการณ์ของพวกเขาที่ใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศตุรกี คือ (สันติ ชุดินธรา. 2525: 11-13)

1. Gearing และคณะได้คัดเลือกตัวแปรหรือเกณฑ์ (Criteria) ที่จะใช้วัดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไว้ ตัวแปรจะเป็นอิสระต่อกัน พวกเขาได้จัดตัวแปรเหล่านี้รวมกันเป็น 5 กลุ่มด้วยกันคือ

- กลุ่มธรรมชาติ ได้แก่ ความงามธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศ
- กลุ่มทางสังคม ได้แก่ งานประเพณี ลักษณะเด่นของพื้นบ้าน งานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการและทัศนคติของชาวบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยว
- กลุ่มทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ซากของโบราณ ความสำคัญทางศาสนาและลักษณะเด่นทางประวัติศาสตร์
- ด้านการบันเทิงและบริการ ได้แก่ สถานที่เล่นกีฬา ด้านการศึกษาสถานที่บำรุงสุขภาพพักผ่อนและความสงบ สถานที่ให้ความบันเทิงในเวลากลางคืนหรือร้านขายของ

2. การให้ค่าน้ำหนัก (Weighting) กับเกณฑ์หรือตัวแปรเหล่านั้นมากน้อยตาม

ความสำคัญการให้น้ำหนักความสำคัญของตัวแปรเหล่านั้น Gearing และคณะมิได้สุ่มตัวอย่างยากนักท่องเที่ยวโดยตรงกับนักท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานว่าผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะทราบข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมากพอที่จะเป็นตัวอย่างที่สมบูรณ์ของนักท่องเที่ยวได้ บุคคลที่พวกเขาสอบถามและถือเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- ผู้จัดการบริษัททท่องเที่ยว
- ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยว
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล
- ผู้จัดการสายการบิน
- ผู้จัดการโรงแรม
- นักวิชาการที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3. ประเมินค่าสถานที่ท่องเที่ยว หลังจากได้ค่าน้ำหนักของตัวแปรแล้ว Gearing ก็ได้ประเมินค่า (Evaluate) ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตามเกณฑ์ที่เลือกไว้ทั้งหมด

4. คำนวณความสำคัญรวมขั้นสุดท้ายของพวกเขาได้นำค่าคะแนนที่ได้ประเมินจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มาคำนวณร่วมกับน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์แต่ละรายการ เพื่อที่จะหาความสำคัญรวมของความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ และคะแนนรวมนี้จะบอกถึงความสำคัญของสถานที่แต่ละแห่งว่ามีศักยภาพมากน้อยเท่าใด

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีองค์กรซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งได้เสนอแนวทางเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกล่าวไว้ว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีขบวนการหรือขั้นตอนไม่แตกต่างจากทฤษฎีการว่างแผนทั่วๆ ไป ซึ่งสามารถจะแบ่งขบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆคือ

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหาข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานและโครงงาน

3. ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

วรรณา วงษ์วานิช (2519: 17-18) แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความ

สะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการเข้าประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่มักจะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลายอย่างกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกล ๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปพักตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 7 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาที่หยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและตึกรามใหญ่โตของบ้านเมืองใหญ่ ๆ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อจะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อย ๆ บางคนมีความภาคภูมิใจที่จะส่งรูปไปรษณียบัตรของเมืองที่ไปเที่ยวให้เพื่อนฝูงเป็นเชิงโอ้อวดว่าได้ไปถึงไหน ๆ ก็มี จะเห็นได้ว่าเหตุที่ทำให้เกิดความสุขารมย์ของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายอย่าง และในหลายกรณีผสมกันมากกว่า 2-3 อย่างเสียด้วย ยิ่งถ้าเอาอุปนิสัยใจคอ รสนิยม ภูมิหลัง และฐานะการเงิน เข้าไปเป็นตัวแปรด้วยแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อสุขารมย์ยิ่งแปรผันไปอย่างซับซ้อนกว้างขวางที่สุดเป็นหน้าที่สำคัญของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะจัดบริการให้เป็นไปตามลักษณะปลีกย่อยของการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ดี

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดพักผ่อนโดยไม่ได้ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกายและจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไปและเรียกหาพละกำลังกลับคืนมาสำหรับการเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจพักฟื้นเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่จะให้ความมั่นใจว่าสงบจริง ๆ เช่น ชายหาดไกล ๆ ผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจ นักท่องเที่ยวพวกนี้จะเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น อากาศ

หนาวเย็น อากาศแห้งแล้ง พวกเจ็บไข้โรคบางอย่างอาจเลือกไปพักผ่อนที่ศูนย์บำบัดโรคโดยเฉพาะ เช่น พวกที่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินของลมหายใจ จะเลือกไปพักผ่อน ณ ที่ที่มีความชื้นน้อยๆ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปะวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อจะศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวโยงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปะนานาพรรณในหอศิลป์ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปะครั้งสำคัญ การเดินทางโดยมีเหตุจูงใจเรียกว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักธุรกิจท่องเที่ยวมักจะฉวยโอกาสเพื่อขายทัวร์เป็นพิเศษ เหตุจูงใจเดียวกันนี้จูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากมายเช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

แบ่งได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆ เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชี่ยนเกมส์ การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามกันไปชมมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันกันเสียอีก การแข่งขันกีฬาประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่ๆ นั้น นับว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญ, โดยผู้จัดกีฬาเขตอาจไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันภายในประเทศหรือระหว่างประเทศ มักจะมีการแย่งชิงกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้เล็งเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬา อีกชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้นๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้เล่นกีฬาเหล่านี้ ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้ว่าอ่าวพัทยาพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งแล่นเรือใบ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรีและตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ข้อเท็จจริงนั้นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็จะเจียดเวลาและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว แต่ในด้านของรัฐวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่าๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

นอกจากนั้นถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการเจรจาซื้อขายสินค้า การชมนิทรรศการซื้อขายสินค้าหรือเทคโนโลยี ก็เรียกว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้านโดยตรง

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา

ในสมัยปัจจุบันซึ่งมีองค์การ คณะกรรมาธิการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวอย่างมากมายจนองค์การ IUOTO เดิมเห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่าใน ค.ศ.1967 มีการประชุมประเภทต่างๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกอย่างมากและรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้เกือบจะไม่มีการยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบสมัยนิยมแห่งการประชุมมีประโยชน์แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มปริมาณให้แก่การขนส่งแล้ว โรงแรมต่าง ๆ ยังได้ผู้มาพักในฤดูกาลที่โรงแรมพร่องผู้มาพักอีกด้วย เพราะการประชุมจะต้องรอเวลานัดหมายกันในขณะที่โรงแรมว่างจากนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะให้มีที่พักพอเพียงสำหรับผู้เข้าประชุม เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วมักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุม และโรงแรมเหล่านั้นก็จะแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุงและการสร้างห้องประชุมให้สะดวกสบายสำหรับผู้เข้าประชุม เกือบจะกล่าวได้ว่าทุกวันนี้ การสร้างโรงแรมมิได้มีความหมายแต่การสร้างเพียงหอพัก ห้องกินข้าว และห้องนั่งเล่นเท่านั้น แต่จะต้องมีห้องโถงไว้สำหรับการประชุมโดยเฉพาะแทบทุกโรงแรม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

องค์การ IUOTO ได้จัดจำพวกการท่องเที่ยวไว้เพียง 5 ประเภท แต่ทุกวันนี้มีการท่องเที่ยวอีกประเภทซึ่งอาจไม่อยู่ในประเภทใดโดยเฉพาะ บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมานุษวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้สิทธิหยุดพัก Sabbatical Leave แล้วเดินทางไปสอนยังมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยหนึ่งมหาวิทยาลัยใด โดยเฉพาะที่มหาวิทยาลัยส่งไปเป็นกลุ่มก้อนไปเรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศมีมากในประเทศฝรั่งเศสและเยอรมัน ในประเทศไทยมีนักศึกษามหาลัย St.Olaf ในมลรัฐมินนิโซต้า มาเรียนที่จุฬามหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดภาคเรียน 3-4 เดือน พวกนักเรียนที่ได้รับทุนแลกเปลี่ยน เช่น American Field Service พวกหน่วยอาสาสมัครของอเมริกา ผู้ที่ได้รับเชิญให้ไปดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว พวกนักบรรยายมืออาชีพที่ชอบท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะเพื่อบรรยายลัทธิและวิชาการต่างๆ และที่ใหม่ที่สุดคือ ที่เกาหลี และฮ่องกงกำลังเปิดสอนหลักสูตรวิชากังฟูและวิปัสสนาขึ้น เป็นหลักสูตรสั้น ๆ 3-4 สัปดาห์ นักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาในต่างประเทศทั้งหมด

ทั้งสิ้นเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลทีเดียว นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นผู้ที่นำเงินตราต่างประเทศมาให้ประเทศเจ้าบ้านมากกว่าประเภทอื่นใด เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปอยู่ในประเทศเจ้าบ้านนานกว่าประเภทอื่นใดทั้งสิ้น ไม่นับเป็นวันหรือสัปดาห์ แต่นับเป็นเดือนหรือเป็นปี

4. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2539: 19) และได้มีนักวิชาการให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ (Customer Market Focus. 2545$: 98)

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2539: 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

กาญจนา ภาสุรพันธ์ (2531: 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ระดับความรู้สึกหรือความนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับตามที่คาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวัง

มอร์ส (สุวัฒนา ใบเจริญ. 2540: 27; อ้างอิงจาก Morse. 1958: 27) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะจากธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วอลแมน (สุวัฒนา ใบเจริญ. 2540: 27; อ้างอิงจาก Wolman. 1973: 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการย่อมมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ คือ

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

- เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ
- เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ

● เป็นตัวชี้วัดคุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

● เป็นตัวผลักดันให้คุณภาพชีวิตและสภาพจิตที่ดี

● เป็นการพัฒนาคุณภาพของงานบริการ

4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพทางธรรมชาติ

หมายถึง พฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ดีใดๆ ของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพของน้ำ ดิน ทราย อากาศ พืชพันธ์ไม้ ภูมิประเทศ(ไพฑูรย์ ปานทอง. 2546: 39)

ผลลัพธ์จากการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ย่อมก่อให้เกิดสัมพันธภาพในระยะยาวแก่องค์กรธุรกิจและเกิดประโยชน์หลายประการดังต่อไปนี้

● ลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือมาใช้บริการบ่อยขึ้นและสร้างความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กรในระยะยาว

● ลูกค้าจะช่วยกระจายข่าวสาร และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

● ลูกค้าจะไม่อ่อนไหวต่อการโฆษณาหรือโปรแกรมการส่งเสริมการขายของคู่แข่งขัน ขณะเดียวกันกลับให้ข้อเสนอแนะและข้อมูลต่าง ๆ แก่องค์กร

● ต้นทุนในการเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าเก่าหรือลูกค้าประจำนั้นต่ำกว่าการสร้างลูกค้ารายใหม่มาก คิดเฉลี่ยแล้วเป็นสัดส่วน 1:5 ทั้งนี้เพราะลูกค้าเก่าย่อมมีความเข้าใจและเชื่อถือในตัวสินค้าหรือองค์กรนั้น ๆ อยู่แล้ว ดังนั้นต้นทุนการเจาะตลาดและการบริการต่าง ๆ จึงต่ำกว่า

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลของลูกค้าที่เกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริง มูลเหตุจูงใจ หรือความคาดหวัง แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน

2. การทำตลาดภายใน หมายถึง กิจกรรมที่ผู้บริหารได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกทุกหน่วยในองค์กรได้เข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน เกิดการยอมรับและเห็นความสำคัญในบทบาทของตนเองในการเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

3. การควบคุมคุณภาพทั้งองค์กรการควบคุมคุณภาพประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

3.1 การปรับปรุงคุณภาพภายนอก ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของกิจกรรมหรืองานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าภายนอก

3.2 การปรับปรุงคุณภาพภายใน หมายถึง การปรับปรุงคุณภาพหรืองานในหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร

การควบคุมคุณภาพทั่วทั้งองค์กร จึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าขณะเดียวกันย่อมส่งผลดีต่อยอดขายและกำไรให้กับองค์กร

5. **แนวความคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร** (Communication Process)

ความหมายของการติดต่อสื่อสาร

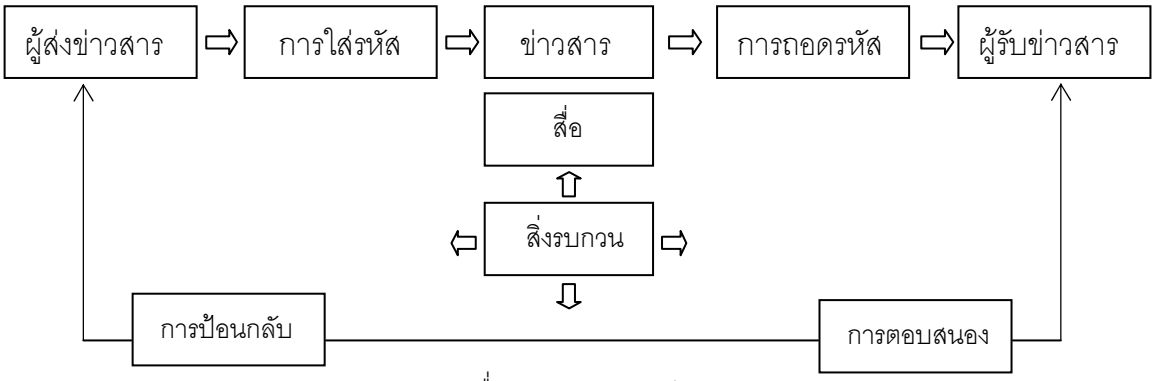
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546: 553)การติดต่อสื่อสารเป็นวิธีการซึ่งแหล่งข่าวสารพยายามเข้าถึงผู้รับโดยอาศัยข่าวสารกระบวนการติดต่อสื่อสารเริ่มจากผู้ส่งข่าวสาร(Source)ใส่รหัส (Encoding) ลงในข่าวสาร(Message)แล้วส่งข่าวสารนั้นผ่านช่องทางข่าวสาร(Message Channel) หรือสื่อ (Media) ไปยังผู้รับข่าวสาร (Receiver) ซึ่งผู้รับข่าวสารต้องถอดรหัส (Decoding) เมื่อผ่านขั้นตอนการถอดรหัสแล้วผู้รับข่าวสารจะมีการตอบสนอง (Response) และส่งข้อมูลข่าวสารป้อนกลับ(Feedback)มายังผู้รับ

Peter and Olson. (2522: 548) กระบวนการทางกายภายและสังคมที่เกี่ยวข้องกับการแปลความหมายของข่าวสารและวิธีการจากแหล่งข่าวสาร (Source) หรือผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ไปยังผู้รับ

Schiffman and Kanuk. (1994: 658) การที่คนใดคนหนึ่งพูดอะไรบางอย่างผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งไปยังใครอีกคนหนึ่งเพื่อให้เกิดผลบางประการเป็นการส่งผ่านข่าวสาร(Message)จากผู้ส่ง (Sender)ไปยังผู้รับ(Receiver)ด้วยสัญญาณชนิดใดชนิดหนึ่งอาศัยช่องทาง(Channel)หรือสื่อ (Media)

รูปแบบของการติดต่อสื่อสาร (Communication Moded) เป็นการแสดงออกอย่างง่ายของกระบวนการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งมุ่งที่ลักษณะของแหล่งข้อมูล (Source) ข่าวสาร (Message) สื่อกลาง (Media) และผู้รับ (Receiver)

ซึ่งในกระบวนการติดต่อสื่อสารนั้น เมื่อผู้ส่งข่าวสารส่งข้อมูลหรือข่าวสารผ่านสื่อไปยังผู้รับซึ่งมีการตอบสนองแล้ว ผู้ชำนาญการติดต่อสื่อสารจะต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์แหล่งข้อมูล (Source) วิเคราะห์ข่าวสาร (Message) วิเคราะห์สื่อหรือช่องทาง (Media or channel) วิเคราะห์ผู้ฟัง (Audience) และวิเคราะห์การตอบสนอง (Response) ด้วย ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 แสดงกระบวนการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ (Elements in the communication process) (Philip Kotler. (2000 : 551) Marketing Management The Millennium Editon)

ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) หรือผู้ติดต่อสื่อสาร (Communicator) เป็นแหล่งข่าวสาร (Source) ที่ส่งข้อมูลไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง

การใส่รหัส (Encoding) เป็นกระบวนการนำความคิดมาจัดอยู่ในรูปสัญลักษณ์ (Symbol)

ข่าวสาร (Message) เป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งข่าวสารตีความออกมาเป็นข่าวสารเพื่อใช้ส่งไปยังผู้รับ

ช่องทางข่าวสาร (Receiver or Audience) เป็นบุคคลที่เป็นเป้าหมายในการรับข่าวสาร อาจเป็นผู้ฟัง ผู้ชม หรือผู้อ่าน

การถอดรหัส (Decoding) เป็นการแปลความหมายของผู้รับข่าวสารจากสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งข่าวสารส่งมาให้

การตอบสนอง (Response) เป็นปฏิกิริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกหลังจากรับข่าวสารแล้ว

การป้อนกลับ (Feedback) เป็นส่วนของการตอบสนองของผู้รับข่าวสารที่ส่งข้อมูลหรือข่าวสารกลับมายังผู้ส่งข่าวสาร

สิ่งรบกวน (Noise) เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการติดต่อสื่อสาร

6. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อ

สื่อแปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means) สิ่งแวดล้อมห่อหุ้ม (environmental element อาทิ อากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา) เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือmedia) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน(อาทิภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุดในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมาครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวัจนะภาษา สื่อ อวัจนะภาษา)

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media)

- สื่อบุคคล (Personal Media)

- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)

- สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่าง ๆ คือ

1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน

1.2 วารสาร (Journal)

จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

1.3 นิตยสาร (Magazines)

นิตยสาร เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

1.4 หนังสือรายงานประจำปี มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและน่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report

1.5 หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report) ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

1.6 จดหมาย (News Letter) มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคต มีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

1.7 ป้ายประกาศและโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสีสันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล

1.8 แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

1.9 เอกสารแจก มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน

1.10 จุลสาร (Booklet and Bulletin) เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะคล้ายแผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม

1.11 ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม เป็นต้น

สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้น มี 2 แบบ คือ

- แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา

- แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัย ต่าง ๆในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายจะมี 2 ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย หรือจุดมุ่งหมายที่ปกปิด

ประเภทของคำพูดที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การพบปะพูดจาธรรมดา

2. การจัดตั้งหน่วยติดต่อ-สอบถาม

3. การพูดติดต่อทางโทรศัพท์

4. การแสดงปาฐกถา

ลักษณะของสื่อบุคคล

2.1 การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป

2.2 การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน

2.3 การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเนื่องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสารและผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร

2.4 การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและ

ระเบียบวิธีทางการประชุม เช่นการยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม

2.5 การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา

2.6 การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกัน ระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

2.7 การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

3. สื่อโสตทัศน์ (Audio Visual Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ทั้งภาพและเสียงแบ่งเป็น

3.1 ภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video) ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเลื่อนเป็นชุด ภาพโปร่งแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่าง ๆที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประสาทสัมผัสทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อม ๆกัน

3.2 วิทยุ (Radio)เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง รายการละคร

3.3 โทรทัศน์(Television)

เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

3.4 เครื่องฉายแผ่นใส เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

3.5 เครื่องฉายสไลด์ เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่งเลื่อนภาพได้ทีละหนึ่งภาพปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบMultiทำให้ฉายได้ทีละ3 เครื่อง

3.6 เครื่องรับ – ส่งแฟกซ์ เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารจากต้นทางมายังเลขหมายโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณบอกความพร้อมในการรับข่าวสารหรือแฟกซ์

4. สื่อกิจกรรมต่าง ๆสื่อกิจกรรมต่าง ๆที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดี

5. สื่อมวลชน

ลักษณะของสื่อมวลชนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

5.1 หนังสือพิมพ์ทั้งรายวัน และนิตยสารทั้งรายสัปดาห์และรายปักษ์

5.2 สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพนอกจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมี

- ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ได้จัดทำเป็นรายการภาพยนตร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
- เคเบิลทีวีเป็นเคเบิลที่มีลักษณะไร้สาย ต้องติดตั้งเสาอากาศไมโครเวฟเพื่อรับความถี่ถอดรหัสเป็นการส่งด้วยคลื่นไมโครเวฟ
- ดาวเทียมเป็นการสื่อสารโดยการส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์จากสถานีขึ้นสู่ดาวเทียมและสะท้อนกลับมายังจานรับคลื่น ซึ่งจะมีความคมชัดของภาพมาก
- วิดีโอเท็กซ์ เป็นสื่อที่คล้ายกับการส่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ของเทเลเท็กซ์ที่ส่งไปพร้อมกับคลื่นวิทยุโทรทัศน์ แต่วิดีโอเท็กซ์อาศัยสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างสถานีส่งกับผู้รับและมีการโต้ตอบกันได้
- อินเตอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเตอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเตอร์เน็ตมาใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเตอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเตอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทางE-mail หรือระบบจดหมายอีเลคทรอนิคส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web(WWW)โดยการจัดทำเป็น Wedsite มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดู และติดตามข้อมูลได้

สรุปสื่อ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชนความสำคัญของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้ประชาชนทราบ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร (มาจาก: http://www1.rbac.ac.th/filesdownload/nites/p05.html)

7. แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ความหมายของคำว่า “แรงจูงใจ” มีผู้ให้ความหมายเอาไว้ดังนี้ คือ

ลูดอน และ บิทต้า (Loudon and Bitta. 1998: 368) ได้ให้ความหมายของ “แรงจูงใจ” หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวของผู้บริโภคที่เป็นพลังทำให้ร่างการมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มี

เป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้วซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะแวดล้อม

เวลเดอร์ส (Walters. 1978: 218) ได้ให้ความหมายของ “แรงจูงใจ” หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย

ดร.เสรี วงษ์มณฑา (2542: 54) ให้ความหมายของ “แรงจูงใจ” หมายถึง พลังกระตุ้น (Drive) ภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

ธรรมชาติของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) ของมนุษย์ (ดร.เสรีย์ วงษ์มณฑา. 2542: 54) ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Based on Needs) คือ มีแรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งความต้องการแบบนี้มีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ ซึ่งไม่จัดเป็นแรงจูงใจ เมื่อไรที่ความต้องการมีความรุนแรงขึ้น จนเกิดความตึงเครียดและกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา

2. แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิด หรือความตึงเครียด

3. การมุ่งหมายความสำคัญไปที่เป้าหมายคือการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัดและทิศทางที่ว่านั้น จะต้องมุ่งหมายเข้าสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง

4. การรวบรวมความพยายาม (Muster Up all the Efforts) เมื่อพยายามจะรวมพลังรวมความพยายามต่างๆ ทั้งหลายเพื่อจะบรรลุเป้าหมาย ที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้การเดินทางและการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และรบเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ที่สำคัญ ๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่

1. แรงจูงใจด้านกายภาพ (Physical and psychological motives) ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกหนีจากงานจำเจและความยุ่งยากต่างๆ ไปหามุมสงบเพื่อรักษาสุขภาพ เล่นกีฬา ว่ายน้ำ การเที่ยวธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย

2. แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม และการศึกษา (Cultural/Personal education motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น ผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่รู้จักมาก่อน มีความสนใจเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่า เชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไรทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เชิงอนุรักษ์ อย่างแพร่หลาย

3. แรงจูงใจด้านศาสนา ได้แก่ การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ

เข้าร่วมพิธีการทางศาสนาที่นับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทานบริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือได้ว่าพักผ่อนทางจิตใจด้วย

4. แรงจูงใจด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/Interpersonal/Ethnic motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยหลีกหนีจากสิ่งแวดล้อมหรือสังคมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว

5. แรงจูงใจด้านการงานและธุรกิจ (Business / Work related motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการติดตามผล การไปประชุมสัมมนา การเดินทางโดยกึ่งทำงานกึ่งไปเที่ยว

6. แรงจูงใจในด้านบันเทิงและสิ่งเพลินเพลิน (Entertainment / Pleasure / pastime motive) ได้แก่ การไปเที่ยวสถานที่บันเทิงต่างๆ สวนสนุก ชมกีฬา และกิจกรรมบันเทิง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลาย การได้ดูชมธรรมชาติ การพัฒนาและอนุรักษ์โบราณสถานหรือแหล่งท่องเที่ยว จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวยังคงมาเที่ยวต่อไป และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

7. แรงจูงใจในด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and status motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่นการไปศึกษาต่อต่างประเทศ การไปประชุม การได้ไปทำกิจกรรมต่างๆ

การเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การศึกษาหาความรู้ ดังนั้น จึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเหตุจูงใจในการท่องเทียว ทำให้ทราบเหตุจูงใจและความรู้สึกภายในของผู้บริโภคที่รบเร้าอยากให้เดินทางท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้มาตั้งคำถามในแบบสอบถามในเรื่องของแรงจูงใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวบริเวณเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้มากที่สุดเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวนั่นเอง

8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวแบ่งได้ตามปัจจัยภายในและภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกข์ชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลองบึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่นการทำประชายเล สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือ หากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facillities)

เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วยดังนี้

4.1 การคมนาคมเมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ จะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทางคือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่าง ๆผ่านเข้า-ออกได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือกมีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไม่ดี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณะ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Reletion)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับข่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้ไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวในระยะเวลานั้น ในทางตรงข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสทางการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อยข้างจำกัด

ตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ส่วนปัจจัยที่มีผลของการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของแต่ละคน มีความแตกต่างกันหลายอย่าง ดังนักวิชาการ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2531 : 88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจำไกลหรือใกล้จำเป็นจะต้องใช้เงินไม่ว่ามากหรือน้อย เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของเป็นต้น

เวลา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้กล่าวว่าความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีสิ่งต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน จากการศึกษาของแมคอินทอช และเกสด์เนอพบว่าตัวกระตุ้น (Motivator) ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นมี 4 ประการ คือ ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical movivators)เป็นตัวกระตุ้นเพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักฟื้นร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปต่างอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์

1. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

2. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการเพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะและชื่อเสียง (Status and Prestige motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้นเพื่อเกียรติและชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในต่างประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในงานของตน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2531: 88-90)

9. ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิเวศวิทยา

เกาะสมุย เป็นหมู่เกาะที่ตั้งอยู่บนไหล่ทวีป (Contiental Island) อยู่ตอนกลางของอ่าวไทย นอกชายฝั่งทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 84 กิโลเมตร ระหว่างเส้นรุ้งที่ 9 องศา 30 ลิปดาเหนือและเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก ห่างจากแผ่นดินใหญ่ประมาณ 20 กิโลเมตร

เกาะสมุยเป็นอำเภอหนึ่งในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่ประมาณ 53 เกาะ มีเนื้อที่รวมประมาณ 314 ตารางกิโลเมตร ในบรรดาเกาะเล็กเกาะน้อยเหล่านี้ เกาะสมุยมีขนาดใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ เกาะพะลวย และเกาะอื่นๆ ได้แก่ เกาะแตน เกาะแม่เกาะ เกาะนกเภา เกาะเชือก เกาะส้ม เกาะวัวจิ๋ว เกาะหลัก เกาะริกัน เกาะวัวตาหลับ เป็นต้น (เกาะที่รวมกลุ่มอยู่กับเกาะพะลวยและเกาะแม่เกาะนั้นรวมเรียกว่า"หมู่เกาะอ่างทอง")

ด้วยพื้นที่เฉพาะเกาะสมุยราว 247 ตารางกิโลเมตร กว้าง 21 กิโลเมตรและยาว 25 กิโลเมตร ทำให้เกาะสมุยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากเกาะภูเก็ตและเกาะช้าง จังหวัดตราด

อาณาเขต

เกาะสมุยล้อมรอบด้วยผืนน้ำของอ่าวไทย มีอาณาเขตติดต่อกับทะเลในเขตอำเภอใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อทะเลเขตอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อำเภอเกาะพะงันเป็นผืนดินที่อยู่ใกล้เกาะสมุยมากที่สุดประมาณ 15 กิโลเมตร

ทิศใต้ ติดต่อทะเลเขตอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช เขตอำเภอขนอมอยู่ห่างเกาะสมุย 40 กิโลเมตร

ทิศตะวันออก ติดต่อทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อทะเลเขตอำเภอดอนสัก ,อ.กาญจนดิษฐ์, อ.เมือง.อ.ท่าฉางและอ.ไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภูมิประเทศ

เกาะสมุยกว่าครึ่งเป็นภูเขาและที่ดอนสูง ส่วนพื้นที่ราบส่วนใหญ่อยู่บริเวณรอบภูเขาและชายฝั่งซึ่งมีเนื้อที่จำกัดเพียง 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งหมดหรือประมาณ 73 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศคล้ายจานคว่ำ เนื่องจากตอนกลางของเกาะเป็นภูเขา

ภูเขาบนเกาะสมุยมีโครงสร้างต่อเนื่องจากเทือกเขานครศรีธรรมราช มีลักษณะเป็นภูเขาหินแกรนิตและภูเขาหินทราย วางตัวในแนวขวางจากด้านตะวันออกเฉียงเหนือผ่านกลางตัวเกาะ และบริเวณพื้นที่ตะวันตกเฉียงใต้มีความสูงอยู่ระหว่าง 100-635 เมตร (ครอบคลุมพื้นที่ด้านตะวันออกทั้งหมด) ภูเขาตอนกลางเรียกว่า "ภูเขาใหญ่" ส่วนภูเขาลูกอื่นๆมีขนาดย่อมลงมาและบางลูกมีแนวติดต่อกับภูเขาใหญ่ เช่น เขาขวาง เขาเล่ เขาไม้งาม เขาตอ เขาแหลมหอย เขาไม้แก่น เขาน้อย เขาหินเหล็ก เขาป้อม เขาท้ายควาย เขาไม้แดง เป็นต้น ยอดเขาสูงสุดอยู่ที่เขาท้ายควาย สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 635 เมตร พื้นที่ส่วนอื่นเป็นที่ราบ ประกอบด้วยที่ลุ่ม หาดทราย สันทราย ชายฝั่งทะเลเป็นแหลมและอ่าว มีชายหาดที่สวยงามอยู่โดยรอบ แต่เดิมภูเขาส่วนใหญ่ปกคลุมด้วยป่าเบญจพรรณโดยเฉพาะบริเวณภูเขาใหญ่และเขาขวางมีป่าไม้หนาแน่น ปัจจุบันคงเหลือสภาพป่าดั้งเดิมอยู่น้อยมาก เนื่องจากกลายเป็นพื้นที่จับจองทำสวนมะพร้าวและการเกษตรของชาวบ้านทั่วไป

ภูมิอากาศ

สภาพอากาศโดยทั่วไปบนเกาะสมุย เป็นแบบมรสุมเขตร้อน มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน แต่ในบางปีมีฤดูหนาวเข้ามาแทรกเป็นระยะเวลาสั้นๆ อุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 25 องศาเซลเซียส ในขณะที่ฤดูร้อนอุณหภูมิเพิ่มขึ้นสูงราว 35 องศาเซลเซียส เนื่องด้วยมีสภาพภูมิศาสตร์เป็นเกาะกลางทะเล ลักษณะอากาศในแต่ละฤดูจึงเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของลมที่พัดเข้าหาเกาะตลอดทั้งปี ซึ่งมีทั้งหมด 8 ทิศ ด้วยกัน

<u>ฤดูร้อน</u> เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน ช่วงนี้มีลมพัดเข้ามา 3 ทิศด้วยกันคือ ลมตะวันออก หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า "ลมหวันออก" , ลมตะวันออกเฉียงใต้ (ลมเภา) พัดช่วงเช้าและสงบในเวลาค่ำ ทำให้ท้องทะเลเกิดคลื่นลมแรง บางครั้งนำฝนมาด้วย และลมใต้ หรือลมสลาตัน (ลมหลาตัน) เป็นช่วงปลายลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ อากาศจะคลายความชุ่มชื้น ประกอบกับมีกระแสน้ำอุ่นพัดมาจากทะเลจีนใต้ ทำให้ฝนตกน้อยและอุณหภูมิสูงขึ้น แต่มีคลื่นลมสงบ น้ำทะเลใส ทำให้การท่องเที่ยวของเกาะสมุยสลับฤดูกับภูเก็ต ช่วงนี้เป็นช่วงที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

<u>ฤดูฝน</u> เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงปลายเดือนตุลาคม (บางปีถึงเดือนมกราคม) เป็นช่วงลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดมาจากทะเลอันดามัน โดยมีลมตะวันตกเฉียงใต้ (ลมพัดยา) พัดพาฝนมาด้วย เรียกว่า "ฝนพลัด" รวมทั้งลมตะวันตกเฉียงเหนือ (ลมพัดหลวง) และลมตะวันตก (ลมหวันตก) ล้วนแต่

เป็นลมฝน พัดในช่วงบ่ายและนำฝนมาตกในช่วงฤดูกาล ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงมกราคม จะมีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ พัดมาจากทะเลจีน ทำให้ฝนตกมาก

ฤดูหนาว ระยะเวลาสั้นๆเพียงไม่กี่เดือนในช่วงปลายปี อากาศจะเริ่มหนาวเย็นประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม โดยการพัดพาของลมเหนือหรือที่เรียกว่า "ลมว่าว" ขณะที่ลมตะวันออกและลมอุลตรานำความเย็นมาให้บ้างและบางคราวนำฝนมาด้วย ท้องทะเลในช่วงนี้แปรปรวน มีคลื่นลมแรงและมีคลื่นใต้น้ำตลอดเวลา

การปกครอง

เกาะสมุยเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งการปกครองออกเป็น 7 ตำบล 39 หมู่บ้าน คือ ตำบลอ่างทอง ลิปะน้อย ตลิ่งงาม หน้าเมือง มะเร็ต บ่อผุด และแม่น้ำ มีสุขาภิบาล 1 แห่งครอบคลุมพื้นที่ทุกตำบลและหมู่บ้านของอำเภอเกาะสมุย (เกาะสมุย ,เกาะแตนและเกาะพะลวย) ปัจจุบันปกครองแบบเขตเทศบาลตำบลครอบคลุมทั่วพื้นที่

ประชากร

การสำรวจเมื่อพ.ศ. 2542 เกาะสมุยมีจำนวนประชากรทั้งหมด 35,962 คน เป็นชาย 17,641 คน เป็นหญิง 18,321 คน ประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อสายไทย เชื้อชาติอื่นมีปะปนอยู่บ้าง เช่น จีน มลายู ชาวจีนส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานในเขตชุมชนยึดอาชีพค้าขายเป็นหลัก ส่วนชาวมุสลิมเชื้อสายมลายูจะตั้งบ้านเรือนริมฝั่งทะเล มีอาชีพประมง ปัจจุบันยังมีชาวตะวันตกเดินทางเข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพด้านธุรกิจการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างไรก็ตามจำนวนประชากรที่ได้จากการสำรวจนั้นยังไม่ใช่ตัวเลขประชากรที่อาศัยอยู่จริง เนื่องจากเกาะสมุยเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ในแต่ละปีจึงมีผู้คนต่างถิ่นจำนวนมากเดินทางเข้ามาทำงานและไม่ได้โยกย้ายทะเบียนราษฎร์ตามมาด้วย

ศาสนา

ชาวสมุยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดวาอารามทั้งหมด 19 วัดและสำนักสงฆ์อีก 11 แห่ง ขณะที่ชาวไทยมุสลิมที่ชุมชนชาวประมงบ้านหัวถนน ยังคงปฏิบัติตนตามหลักศาสนาอิสลามโดยมีมัสยิดประกอบพิธีทางศาสนาอยู่ 1 แห่ง นอกจากนี้แล้วยังมีโบสถ์สำหรับคริสต์ศาสนิกชนซึ่งมีจำนวนไม่มากนักอยู่ 3 แห่งด้วยกัน

ประวัติและความเป็นมา

เกาะมะพร้าวยุคโบราณ

เกาะสมุย ชื่อนี้เป็นที่รู้จักกันมานานสำหรับชาวเรือสมัยโบราณ มีเรื่องราวเล่าขานถึงอดีตนานนับพันปี มีการค้นพบ "ขวานฟ้า" ขวานหินซึ่งเป็นอาวุธสำหรับล่าสัตว์สมัยดึกดำบรรพ์ สันนิษฐานได้ว่าบนเกาะสมุยมีมนุษย์อาศัยอยู่ตั้งแต่ยุคหิน และ "กลองมโหระทึกสำริด" หลักฐานทางโบราณคดีชิ้นสำคัญที่ขุดพบบริเวณวัดตลิ่งพัง (วัดคีรีวงศ์การาม) ตำบลตลิ่งงาม เมื่อ พ.ศ. 2520 (ปัจจุบันได้รับการเก็บรักษาอยู่ที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ซึ่งสามารถยืนยันได้เป็นอย่างดีว่า

กลุ่มคนบนเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะการติดต่อและแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรมทางทะเล

พระนิพนธ์ ชีวิวัฒน์ เล่าขานอดีต

เรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเกาะสมุยในอดีตร้อยกว่าปีก่อนเมื่อครั้งขึ้นอยู่กับเมืองนครศรีธรรมราช ได้รับการบันทึกไว้ในหนังสือ "ชีวิวัฒน์" พระนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยาภาณุพันธุ์วงศ์วรเดช ทางนิพนธ์ไว้ทำนองเป็นรายงานการเสด็จตรวจ ราชการหัวเมืองปักษ์ใต้ ทูลเกล้าฯถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อปีวอก พ.ศ. 2427 โดยเรือกลไฟหลวงชื่อ สุริยมณฑล กล่าวถึงเกาะสมุยในหลายด้านด้วยกัน นับตั้งแต่เรื่องการเมือง การปกครอง การทำมาหากิน ตลอดจนความเป็นอยู่ของชาวสมุยในสมัยนั้น

ริมตลิ่งมีสวนมะพร้าวเป็นอันมาก การที่จะขึ้นบกลากเรือเดินตัดทางไปข้างใต้ริมตลิ่ง ถัดสวนมะพร้าวออกมา มีโรงจากเป็นที่พักมะพร้าวและสินค้าอยู่ปากทางโรงหนึ่ง และมีทางเดินเข้าไปในสวนมะพร้าว เป็นทางจำเพาะเดินลดเลี้ยวไป 30 เส้น มีโรงจีนไหหลำ ชื่อ กิมยี่ มาตั้งเป็นเถ้าแก่ถือสวนมะพร้าว และตั้งห้างรับแลกสินค้าต่างๆ มีบ่อน้ำก่อด้วยศิลาการัง หน้าโรงจีนออกไปทางประมาณ 2 เส้นเศษ มีตึกศาลเจ้า 2 หลังแฝด กว้างประมาณ 4 ว่า เรียกว่าศาลเจ้าบุญเถ้าก๋ง

การทำสวนมะพร้าวเป็นอาชีพเก่าแก่อยู่คู่ชาวสมุยมาแต่ดั้งเดิม ซึ่งนอกจากชาวไทยแล้วยังมีชาวจีนไหหลำมาตั้งรกรากทำมาหากินจำนวนมาก เป็นเถ้าแก่ตั้งโรงรับมะพร้าวไปขายทั้งมะพร้าวห้าวและน้ำมันมะพร้าว จำนวนผู้คนที่อาศัยอยู่บนเกาะสมุยขณะนั้น มีหลายเชื้อชาติและจำนวนไม่แน่นอนดังที่พระนิพนธ์ได้กล่าวไว้ตอนหนึ่ง

สมุย แปลว่าอะไร

คำว่า สมุย มีที่มาและแปลความหมายว่าอย่างไรนั้น ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดมีเพียงข้อสันนิษฐานแตกต่างกันไป บ้างก็ว่า สมุย เป็นภาษาของพวกโจฬะ (นักเดินเรือเก่าแก่ชาวอินเดียตอนใต้สมัยโบราณ เคยทำการค้าขายกับอาณาจักรศรีวิชัย) เข้าใจว่าพวกโจฬะเคยนำเรือมาแวะพักที่เกาะแห่งนี้ จึงเรียกชื่อเกาะว่า สมุย แปลว่า เกาะแห่งคลื่นลม

อีกข้อสันนิษฐานหนึ่งกล่าวว่า สมุย อาจเพี้ยนมาจากชื่อของ ต้นไม้พื้นบ้านชนิดหนึ่งซึ่งมีอยู่มากมายบนเกาะ ชาวบ้านเรียกกันว่า ต้นหมุย ต้นไม้ชนิดนี้มีอยู่ 2 ชนิดคือหมุยขมและหมุยหวาน ใบใช้จิ้มน้ำพริกได้ เป็นไปได้ว่าอาจจะใช้ชื่อต้นไม้มาตั้งชื่อเกาะ

ขณะที่บางคนเข้าใจว่าน่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า เซ่าบ่วย อันเป็นภาษาจีนไหหลำ หมายถึง ด่านแรกหรือประตูแรก เพราะสมัยก่อนชาวจีนไหหลำบรรทุกสินค้ามาทางเรือจะพักที่เกาะนี้เป็นแห่งแรก (จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่า บนเกาะสมุยมีผู้คนอาศัยอยู่ตั้งแต่โบราณกาลนานนับพันปีมาแล้ว ข้อสันนิษฐานนี้จึงไม่น่าเป็นไปได้เพราะชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานบนเกาะเมื่อประมาณ150-200ปีเท่านั้น)

จากบทความเรื่องเกาะสมุย-พงัน สองพันปี (ตีพิมพ์ในหนังสือที่ระลึกวันบรรจุศพของนายนิ่ม ทองสุข เกษตรกรสมุยดีเด่น) รวบรวมและเรียบเรียงโดยนายสัมพันธ์ ก้องสมุทร ได้กล่าวถึงหลักฐานเกี่ยวกับเกาะสมุยว่าในแผนที่ประเทศสยาม สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมื่อ พ.ศ. 2230 ตีพิมพ์ไว้ในจดหมายเหตุของลาลูแบร์ จากประมวลภาพประวัติศาสตร์ชาติไทย (โรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น พ.ศ. 2521) แสดงภาพเกาะ ณ จุดที่เป็นสถานที่ตั้งของเกาะสมุย และเกาะพะงันระบุไว้ว่า เกาะสมุย เรียกว่า Pulo Corman ส่วนเกาะพะงัน เรียกว่า Pulo Sangori

จากหลักฐานที่ปรากฏในเอกสารชาวตะวันตก ชื่อเกาะสมุย - เกาะพะงัน มีคำแปลจากจดหมายเหตุของฮอลันดา (Dagh Reister) พระเจ้าปราสาททอง ผู้แปลโดยนายสังข์ พัฒโนทัย กล่าวถึงเกาะสมุยในชื่อ Timon ขณะที่จดหมายเหตุรายวันจากการเดินสู่ประเทศสยามในปี ค.ศ. 1685 และ ค.ศ. 1686 ของบาทหลวงเดอ ชีวชีย์ สมาชิกสภาราชบัณฑิตฝรั่งเศส แปลเป็นไทย โดยนายสันต์ ทโกมลบุตร เรียกเกาะสมุยว่า เกาะคอรี (Pol-Cori) ส่วนเกาะพะงันเรียก เกาะขนอม (Pol-Corron)

อย่างไรก็ตามยังไม่มีหลักฐานใดที่สามารถสรุปถึงที่มาของชื่อ สมุย ว่ามีความหมายเป็นอย่างไรแน่ ชื่อนี้จึงยังเป็นเพียงข้อสันนิษฐานเท่านั้น

ชาวนอก หมายถึง กลุ่มชาวนครศรีธรรมราชที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มริมฝั่งทะเลตะวันออก นอกตัวเมืองออกไป ตั้งแต่อำเภอหัวไทร, เชียรใหญ่, ปากพนัง จนถึงท่าศาลา สิชล ขนอม มีอาชีพทำไร่ทำนาและประมงในอดีตเป็นกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดีมีความสัมพันธ์กับตัวเมืองใกล้ชิดกว่าชาวชนบทกลุ่มอื่นๆ (สำนักพิมพ์สารคดี)

วิถีทำกิน

แม้วิถีของเกาะสมุยจำดำเนินไปตามแบบฉบับของเมืองท่องเที่ยว แต่ภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวชนบทยังคงมีให้เห็นอยู่ทั่วทุกแห่งของเกาะ วิถีชาวเกาะในปัจจุบันยังไม่ถูกกระแสธุรกิจท่องเที่ยวครอบงำและพัดพาไปจนเสียหลัก จะเห็นได้ว่าชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงดำรงชีพด้วยการทำนา ทำสวน ออกเรือหาปลาและค้าขายเช่นคนรุ่นก่อน

นอกจากการทำสวนมะพร้าวและสวนผลไม้เช่น ทุเรียน ลางสาดและผลไม้อื่นๆแล้ว พื้นที่ราบบางส่วนก็มีการใช้ทำนาปลูกข้าว แต่มีเนื้อที่ไม่กี่พันไร่เพราะเน้นผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น ในอนาคตเราอาจจะไม่ได้เห็นภาพการทำนาปลูกข้าวของชาวสมุยอีกก็เป็นได้เพราะมีการขยายตัวของชุมชนซึ่งส่งผลให้พื้นที่ทำนามีแนวโน้มลดลง ส่วนยางพารา-พืชเศรษฐกิจของจังหวัดแถบภาคใต้มีให้เห็นน้อยมากชาวสวนที่นี่ทำเพียงอาชีพเสริมเท่านั้นโดยจะปลูกตามที่สูงและที่ลาดเขา

ท้องทะเลอ่าวไทยบริเวณรอบๆเกาะสมุยยังอุดมไปด้วยสัตว์น้ำมากมาย การทำประมงจึงเป็นอีกอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่ชาวเกาะสมุย หมู่บ้านชาวประมงจึงมีอยู่รายรอบเกาะ เช่นที่บ้านหัวถนน บ้านบ่อผุด โดยมีทั้งประมงน้ำตื้นและน้ำลึก แหล่งซื้อ-ขายของสดจากท้องทะเลส่วนใหญ่จะอยู่ที่ตลาดบ้านหัวถนนตลาดแหลมดิน (เฉวง) และตลาดหน้าทอน มีอาหารทะเลให้เลือกซื้อมากมาย

ชาวสวนที่นี่ปลูกผลไม้หลากหลายชนิด อุดมสมบูรณ์ไม่น้อยหน้าถิ่นอื่น แถมยังออกผลหมุนเวียนให้ได้กินตลอดปี ทั้งทุเรียน ลางสาด มังคุด เงาะ กล้วย สับปะรดหรือว่าขนุน ช่วงไหนมีอะไรสังเกตง่ายๆตามโต๊ะหรือศาสนาหน้าบ้านริมทาง ชาวบ้านมักจะเอาผลไม้มาวางขายกันให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อในราคาไม่แพงโดยเฉพาะลางสาดจากบ้านลิปะใหญ่ขึ้นชื่อนักเรื่องรสชาติความหอมหวาน ผลโต ช่อใหญ่ เม็ดเล็ก เปลือกบางไม่มียาง ผู้ที่ไปเยือนเกาะสมุยในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายนรับรองว่าได้พิสูจน์ความหอมหวานของลางสาดเกาะสมุยแน่นอน

พื้นที่กว่า 70 เปอร์เซ็นต์ทั้งในที่ราบ บริเวณชายฝั่งทะเล ที่ดอนแม้แต่บนภูสูงบนเกาะสมุยนั้นเต็มไปด้วยสวนมะพร้าวอันเป็นที่มาของฉายา เกาะมะพร้าว เพราะเป็นเกาะที่ปลูกมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ดั้งเดิมง่ายต่อการดูแลรักษา ถือเป็นอาชีพหลักที่สร้างรายได้ในแต่ละปีจำนวนไม่น้อยสำหรับมะพร้าวน้ำหอมปัจจุบันชาวสวนก็เริ่มสนใจปลูกกันมากขึ้นเนื่องจากขายได้ราคาดี

ธุรกิจท่องเที่ยว หัวใจสำคัญของเกาะสมุย

เกาะสมุยมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวมากว่า 20 ปีและการท่องเที่ยวได้กลายเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจอันเป็นที่มาของรายได้ที่สำคัญของเกาะสมุยในปัจจุบัน ขณะที่เกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวสมุยเป็นเพียงรายได้รองเท่านั้น ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวนี้ได้สร้างอาชีพให้ชาวสมุยและชาวต่างถิ่นทั้งใกล้ไกลหลากหลายประเภทด้วยกัน

นอกเหนือจากชาวนาชาวสวนธรรมดาๆ ชาวท้องถิ่นจำนวนไม่น้อยกลายเป็นเจ้าของกิจการต่างๆ เช่น รีสอร์ทและบังกาโล ร้านอาหาร มินิมาร์ท ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด ร้านเช่ารถ เป็นต้นขณะที่ชาวสมุยบางส่วนมีฐานะร่ำรวยขึ้นจากการให้นักลงทุนต่างถิ่นทั้งชาวไทยและต่างประเทศซื้อหรือเช่าพื้นที่ทำธุรกิจซึ่งมีขนาดใหญ่และเป็นมืออาชีพกว่า

อาชีพหลากหลายประเภทเหล่านี้เองที่ดึงดูดคนต่างถิ่นจากทั่วทุกภาคให้เดินทางเข้ามาอาศัยและทำมาหากินบนเกาะสมุยมากขึ้นไม่เว้นแม้แต่ชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวยุโรปที่ข้ามน้ำข้ามทะเลมาทำธุรกิจบนเกาะสมุยซึ่งส่วนใหญ่จะมีสูตรสำเร็จตายตัวคือ แต่งงานกับสาวไทยแล้วเปิดกิจการเป็นของตัวเอง เช่น บริษัทนำเที่ยว ร้านดำน้ำ ร้านอาหาร ผับและบาร์ต่างๆ บริการอินเตอร์เน็ตและอี-เมล์

การท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างอาชีพใหม่ๆให้ชาวเกาะแล้ว สัตว์ที่เลี้ยงไว้ใช้งานเก็บมะพร้าวอย่างลิงกังก็พลอยมีอาชีพใหม่ไปด้วย จากงานประจำที่เคยปีนป่ายเก็บลูกมะพร้าวก็เปลี่ยนมาเป็นนักแสดงโชว์ความสามารถ แสดงกายกรรม ต่างๆบนเวทีให้นักท่องเที่ยวชมซึ่งสามารถเสริมรายได้ดี

ถึงอย่างไรแม้ปัจจุบันเกาะสมุยก้าวเข้าสู่ความเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว และการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวนี้จะช่วยให้ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ผลกระทบที่เมืองท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องประสบจึงเป็นสิ่งที่เกาะสมุยเองหลีกเหลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทางธรรมชาติหรือทางสังคมเช่นความเสื่อมโทรมของธรรมชาติทั้งชายหาดและปะการัง การบุกรุกพื้นที่สาธารณะบนชายหาดและภูเขาด้วยสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ทต่างๆ นอกจากนี้สภาพเศรษฐกิจของเกาะ

ยังส่งผลโดยตรงต่อค่าครองชีพของผู้คนบนเกาะให้สูงตามขึ้นไปด้วย จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ชาวท้องถิ่นบางส่วนเดินทางออกไปทำมาหากินนอกเกาะมากขึ้นขณะเดียวกันการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวทำให้ความสัมพันธ์ของผู้คนในชุมชนเปลี่ยนไป จากการช่วยเหลือเกื้อกูลกันกลับเป็นไปในลักษณะสัมพันธ์แบบธุรกิจมากขึ้น ปัญหาเหล่านี้เป็นผลกระทบที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต่างกำลังหาทางแก้ไขอยู่ เพื่อให้เกาะสมุยมีคุณภาพสมกับเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก

การเดินทางไปเกาะสมุย

รถไฟ มีรถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงทุกวัน การรถไฟฯ มีตั๋วร่วมกรุงเทพฯเกาะสมุย ลงรถที่สถานีรถไฟอำเภอพุนพินและต่อรถประจำทางไปท่าเรือดอนสักเพื่อข้ามเรือเฟอรี่ไปเกาะสมุยสอบถามรายละเอียด โทร. 1690, 0 2223 7010, 0 2223 7020 หรือบริษัท ส่งเสริม รุ่งเรือง โทร. 0 2280 7897

รถโดยสารประจำทาง มีบริการรถโดยสารปรับอากาศ และรถโดยสารธรรมดาจากกรุงเทพฯ เดินทางโดยตรงถึงเกาะสมุย โดยไม่รวมค่าโดยสารเรือเฟอร์รี่ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 14 ชั่วโมง รายละเอียดติดต่อ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 0 2435 1199, 0 2435 1200 (รถปรับอากาศ)โทร. 0 2434 5557-8 (รถธรรมดา) และบริษัท โสภณทัวร์ โทร. 0 2435 5023 (รถออกวันเว้นวัน)

เครื่องบิน บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด เปิดบริการเที่ยวบินไป-กลับ กรุงเทพฯ-เกาะสมุย ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที นอกจากนี้ยังมีเที่ยวบิน กรุงเทพฯ-หัวหิน-สมุย ภูเก็ต-เกาะสมุย อู่ตะเภา-เกาะสมุย เกาะสมุย-กระบี่ เกาะสมุย-สิงคโปร์ เกาะสมุย-อู่ตะเภา-พนมเปญ บริการอีกด้วย สอบถามรายละเอียด โทร. 0 2229 3456 หรือเกาะสมุย โทร. 0 7742 2512-8

เรือโดยสาร

1. เรือเฟอร์รี่ ของบริษัท ราชาเฟอร์รี่ ออกจากท่าเรือดอนสัก บริเวณแหลมกุลา ตำบลดอนสัก ห่างจากที่ว่าการอำเภอดอนสักประมาณ 6 กิโลเมตร เพื่อไปยังท่าเรือเฟอร์รี่อ่าวท้องยาง เกาะสมุย ทุกวัน วันละ 7 เที่ยว ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง 30 นาที อัตราค่าโดยสารคนละ 55 บาท รายละเอียดติดต่อ โทร. 0 7737 1151, 0 7737 1206 สำนักงานเกาะสมุย โทร. 0 7742 3026

2. เรือด่วน ของบริษัท ส่งเสริม รุ่งเรือง ออกจากสุราษฎร์ธานีไปยังท่าเรือหน้าทอนเกาะสมุยวันละ 1 เที่ยว เวลา 08.00 น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง 30 นาที อัตราค่าโดยสาร 150 บาท รายละเอียดติดต่อ โทร. 0 7728 9894 สำนักงานเกาะสมุย โทร. 0 7742 0157

3. เรือนอน ติดต่อได้ที่ท่าเรือบ้านดอน เรือออกเวลา 23.00 น. ถึงเกาะสมุย เวลา 05.00 น. ราคาค่าเรือโดยสาร 100 และ 150 บาท และมีเรือออกจากเกาะสมุย เวลา 21.00 น. ถึงสุราษฎร์ธานี เวลา 04.00 น.

นอกจากนั้น บริษัท ส่งเสริม รุ่งเรือง มีบริการรถจากกรุงเทพฯ โดยนั่งรถประจำทางปรับอากาศ มีรถออกวันละ 1 เที่ยว คือ เวลา 17.00 น. ถึงเกาะสมุย เวลา 11.00 น. ของวันรุ่งขึ้น

สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ

ธรรมชาติกลางอ่าวไทย แดนสวรรค์ของนักเดินทาง เสน่ห์ความงามธรรมชาติชายหาดที่มีอยู่โดยรอบเกาะสมุย ทำให้ดินแดนถิ่นมะพร้าว แห่งนี้ไม่เคยร้างไร้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ชายหาดแต่ละแห่งล้วนมีสีสันและบรรยากาศที่น่าประทับใจแตกต่างกันไป ชายหาดที่ด้านทิศเหนือและใต้สุดของเกาะ เงียบสงบเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว ที่แสวงหาธรรมชาติอย่างแท้จริง ในขณะที่ฝั่งตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือเต็มไปด้วยสีสัน ตามแบบฉบับเมืองท่องเที่ยว

หาดเฉวง

หาดทรายขาวละเอียดทอดตัวราว 7 กิโลเมตร ทางทิศตะวันออกของเกาะ ยังคงครองตำแหน่งหาดยอดนิยมอันดับหนึ่งของเกาะสมุยมาจนทุกวันนี้ เฉวงเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติและหลงไหลสีสันยามค่ำคืนในขณะเดียวกัน และยังเป็นศูนย์รวมของที่พักทุกระดับและสถานบันเทิงทุกรูปแบบ

หาดเฉวงเมื่อ 20 ปีก่อนเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมงเล็กๆแห่งหนึ่งมาวันนี้เฉวงได้กลายเป็นขวัญใจนักท่องเที่ยวทั้งใกล้ไกล ไม่เหลือร่องรอยของชาวประมงเลยแม้แต่น้อย บรรดาโรงแรม ที่พัก ร้านอาหารรวมทั้งบีชบาร์ที่ตั้งเรียงรายตลอดแนวของหาดสามารถยืนยันความเปลี่ยนแปลงของเฉวงได้เป็นอย่างดีหาดเฉวงตอนกลางวันเป็นช่วงที่คึกคักที่สุดและมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย นอกเหนือจากหาดทรายขาวสะอาด นุ่มละเอียดแล้วบริเวณนี้ยังเต็มไปด้วยที่พักหลายรูปแบบระดับราคาตั้งแต่ไม่กี่ร้อยบาทจนถึงราคาเรือนหมื่นต่อคืน บรรดาร้านอาหารทั้งไทย จีน ยุโรป แหล่งชอปปิ้ง เสื้อผ้า รองเท้าและของที่ระลึกต่างๆตลอดจน ผับ บาร์และสถานบันเทิงสารพัดรูปแบบช่วยแต่งแต้มสีสันและบรรยากาศให้สมกับเป็นเบอร์หนึ่งของเกาะสมุย อย่างไรก็ตามแม้เฉวงจะเป็นศูนย์รวมของสิ่งต่างๆและคราคร่ำด้วยนักท่องเที่ยวแต่ก็ไม่ใช่เรื่องยากนักที่จะหามุมสงบเพื่อพักผ่อนและดื่มด่ำกับความงามของธรรมชาติ หากต้องการหลีกเร้นจากความวุ่นวายของ

ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ฝั่งทิศตะวันออกของเกาะ ห่างจากหน้าทอนประมาณ 22 กิโลเมตร มีทางลงหาดสาธารณะ 1 แห่ง จากตลาดสดแหลมดิน ตรงไปผ่านสี่แยกถนนหาดเฉวงแล้วตรงเข้าไป

หาดละไม

แม้เป็นรองเรื่องสีสันและความคึกคัก หาดทรายไม่ละเอียดนุ่มแท้เท่าหาดเฉวง แต่ชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้แห่งนี้กลับได้เปรียบในบรรยากาศที่ค่อนข้างเงียบสงบและค่าครองชีพที่ถูกกว่า สิ่งที่ทำให้ ละไม โดดเด่นเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติจนได้ชื่อว่า LAMAI GULCH ก็คือ เบียร์บาร์หลายสิบแห่งที่กระจุกอยู่บริเวณตอนกลางของถนนหาดละไมซึ่งก็สร้างสีสันชีวิตยามค่ำคืนได้ไม่น้อยทีเดียว

ชายหาดละไมยาวประมาณ 4 กิโลเมตร ชายหาดทางเหนือสุดและใต้สุดของหาดค่อนข้างเงียบ แต่หินและแนวประการังที่มีอยู่ทำให้ไม่เหมาะสำหรับเล่นน้ำนัก หาดทรายสะอาดและน้ำทะเลใสๆ บริเวณตอนกลางของอ่าวเหมาะแก่การเล่นน้ำพักผ่อนมากกว่า

ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะทางใต้ของหาดเฉวงห่างจากหน้าทอนประมาณ 18 กิโลเมตร มีรถสองแถวจากหน้าทอนมายังหาดละไม(สายหน้าทอน-หน้าเมือง-หัวถนน-ละไม)มีทางลงหาดสาธารณะ 2 แห่งคือ ทางลงใกล้สี่แยกร้านลูกาโน่ ถนนหาดละไมและทางลงใกล้ร้านชวนชิมทางตอนเหนือของหาด

น้ำตกหน้าเมือง

มีต้นกำเนิดจากภูเขาใหญ่ ใจกลางเกาะไหลผ่านเทือกเขาไหลลงสู่พื้นที่ราบ ลักษณะเป็นน้ำตกจากหน้าผาสูง ชันประมาณ 30-40 เมตร ความกว้างของหน้าผาประมาณ 20 เมตร กรมป่าไม้จัดให้เป็นวนอุทยาน น้ำตกหน้าเมืองมีเนื้อที่ประมาณ 10 ไร่ น้ำตกแห่งนี้ รัชกาลที่ 5 เคยเสด็จประพาสและรัชกาลที่ 9 เคยประทับเสวยพระกระยาหารกลางวัน เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2505 น้ำตกไหลลงแอ่งขนาดใหญ่

สามารถลงเล่นน้ำได้ แต่ค่อนข้างลึกและการกระโดดน้ำเล่นจากโขดหินใกล้เคียงนั้นควรระมัดระวังอาจเกิดอันตรายได้ เนื่องจากใต้แอ่งน้ำมีโขดหินอยู่จำนวนมากสำหรับผู้ที่สนใจกิจกรรมขี่ช้างเที่ยวป่าสามารถติดต่อผู้จัดทัวร์ซึ่งอยู่ใกล้กับที่จอดรถ

ที่ตั้งและการเดินทางจากตลาดหน้าทอนใช้เส้นทางสายหลักประมาณ 11 กิโลเมตร จากทางเข้า

หินตาหินยาย

ปรากฏการณ์ธรรมชาติของหินแกรนิตที่ถูกกัดเซาะโดยน้ำทะเลและความร้อน เกิดเป็นโขดหินรูปอวัยวะเพศชายเรียกว่าหินตาและโขดหินรูปอวัยวะเพศหญิงเรียกว่าหินยายบริเวณอ่าวละไม

มีนิทานท้องถิ่นเล่าต่อๆกันมาว่า นานมาแล้วมีตายายคู่หนึ่ง ชื่อตาเคงกับยายเรียม เป็นชาวปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เดินทางโดยเรือใบเพื่อไปสู่ขอลูกสาวของตาม่องล่าย ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ลูกชายเมื่อเรือแล่นมาถึงแหลมละไม เกิดพายุทำให้เรือล่ม ทั้งตาและยายเสียชีวิต ถูกคลื่นซัดเกยหาดกลายเป็นโขดหิน รูปที่เห็นในปัจจุบันทางเข้ามีร้านขายเสื้อผ้า และของที่ระลึก

ที่ตั้งและการเดินทาง ห่างจากหาดละไมประมาณ 1 กิโลเมตร ทางเข้ามีป้ายบอก เลี้ยวเข้าไปประมาณ 300 เมตร มีป้ายบอกเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร ถึงน้ำตกซึ่งอยู่ห่างจากที่จอดรถเพียง 100 เมตร

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

พระพุทธรูปใหญ่ (พระใหญ่)

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของเกาะสมุยเลยทีเดียว แม้จะไม่ใช่พระพุทธรูปโบราณแต่พระพุทธปางมารวิชัยขนาดใหญ่ประดับด้วยกระเบื้องสีเหลืองทองทั้งองค์ ขนาดหน้าตักกว้าง 5 วา 9 นิ้ว ชื่อพระพุทธโคดม สูงราว 12 เมตรสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2515 เป็นที่สักการะของพุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป

จากบริเวณประดิษฐานด้านบนสามารถมองเห็นเกาะพงัน ได้อย่างชัดเจน รวมถึงทัศนียภาพที่สวยงามของหาดบางรักษ์และหาดบ่อผุด สำหรับผู้ที่นั่งเครื่องบินมายังเกาะสมุย ถือว่าโชคดีที่มีโอกาสชมพระใหญ่ในมุมที่แปลกออกไป ดังนั้นก่อนเครื่องขึ้นและลงแนะนำว่า อย่าพลาดชมทิวทัศน์ของพระใหญ่ที่ตั้งตระหง่านที่แหลมเกาะฟานด้านเหนือ

ที่ตั้งและการเดินทาง พระใหญ่ประดิษฐานอยู่บนยอดเขาเกาะฟาน ซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักวิปัสสนากรรมฐาน อยู่ตำบลบ่อผุด ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะสมุยไม่ไกลจากสนามบินนัก ควรใช้ถนน

เจดีย์แหลมสอ

องค์เจดีย์ประกอบด้วยกระเบื้องโมเสกสีเหลืองทองทั้งองค์ ประดิษฐานบนหาดประการังบริเวณแหลมสอ จากองค์เจดีย์มองเห็นเกาะแตนอยู่เบื้องหน้าและแนวเทือกเขาบนแผ่นดินใหญ่ที่สลับซับซ้อน

ประวัติของเจดีย์องค์นี้เล่ากันว่า แต่เดิมประดิษฐานอยู่บนเขาแหลมสอภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ พระอุรัคธาตุ(พระธาตุคร่อมอกของพระพุทธเจ้า) ซึ่งพระครูพิบูลย์ธรรมสาร อดีตเจ้าคณะอำเภอเกาะสมุยและเจ้าอาวาสวัดประเดิมได้อัญเชิญมาเมื่อครั้งกลับจากนำคณะไปประเทศศรีลังกา อินเดียและเนปาลเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2451 บริเวณเนื้อที่ 40 ไร่ ยังเป็นที่พำนักอาศัยของสงฆ์อีกด้วย เมื่อพระครูมรณะภาพ พำนักสงฆ์แห่งนี้จึงรกร้าง ต่อมา พ.ศ.2481 หลวงปู่แดง ติสโส ได้นั่งเรือใบของท่านมาแวะพำนักที่นี้ ได้ชักชวนประชาชนขึ้นบูรณะซ่อมแซมองค์พระบรมธาตุที่ชำรุด 29 ปีต่อมาเกิดฟ้าผ่าองค์พระเจดีย์ ชำรุดเสียหายมาก หลวงปู่แดง จึงตัดสินใจรื้อพระบรมสารีริกธาตุและอัญเชิญลงมาสร้างใหม่โดยทางกรมศิลปากรเป็นผู้ออกแบบสร้างเสร็จสมบูรณ์เมื่อพ.ศ.2517

ที่ตั้งและการเดินทาง เจดีย์แหลมสอตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง ทางทิศใต้ของเกาะอยู่ระหว่างบ้าน

ทะเลและบ้านพังกา จากถนนสายหลัก4169เลี้ยวเข้าสู่สาย4173ประมาณ3กิโลเมตรจากนั้นเลี้ยวขวาตามโค้งเข้าถนนสาย4170ไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เห็นป้ายบังกะโล ไวกิกิ ให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปจนสุดถนนคอนกรีตจะมองเห็นเจดีย์อยู่อย่างสงบริมฝั่งทะเล

พระธาตุหินงู

เป็นที่ประดิษฐาน 'พระธาตุศิลางู' เจดีย์องค์สีเหลืองทอง ริมชายทะเล ตามประวัติของวัดเล่าว่าสร้างขึ้นโดยชาวตำบลมะเร็ตชื่อ นายสีทองและมีพิธีบรรจุพระบรมสารีริกธาตุเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ.2478 โดยเจ้าคุณพระอรรถทัศสิสุทธิพงศ์แห่งวัดชีโทน อำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นผู้มอบให้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 และสมเด็จพระบรมราชินีนาถ เสด็จนมัสการเมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2505 ชาวเกาะสมุยจึงถือเป็นประเพณีงานนมัสการสืบมา

ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทิศตะวันออกของบ้านหัวถนน ริมถนนสายหลัก 4169 ห่างหินตาหินยายประมาณ 1 กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ศูนย์ลิงสมุย

ชมการแสดงของลิงและสุนัขสงครามได้ทุกวันเวลา 10.30 น. 14.00 น. และรอบสุดท้าย 16.00 น. อยู่บริเวณทางเข้าหมู่บ้านเขาพระใกล้สามแยกบ่อผุด ติดต่อสอบถามได้ที่ 077- 245140

สวนผีเสื้อสมุย

ตั้งอยู่บนเนินเขาติดทะเลทางใต้ บริเวณอ่างแหลมเส็ต เป็นศูนย์รวมของผีเสื้อหลากหลายชนิด ต้นไม้และดอกไม้นานาพรรณรวมทั้งพืชสมุนไพรชนิดต่างๆ และยังเป็นจุดชมทิวทัศน์ความงามของทะเลทางใต้ของเกาะ สอบถามรายละเอียดได้ที่ 077-424020-2

ฟาร์มงู

ชมการแสดงที่น่าตื่นเต้นระหว่างคนกับงู ตะขาบ แมลงป่องและสัตว์มีพิษอื่นๆ แสดงวันละ 2 รอบ 11.00 น. และ 14.00 น. อยู่บริเวณบ้านพังกา โทร 077-423247

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันเพ็ญ อังคศิริสรรพ (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการัง กรณีศึกษาหมู่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุนั้น นักท่องเที่ยวที่อายุมากมีความคิดอ่านในด้านอนุรักษ์ปะการังมากกว่านักท่องเที่ยวที่อายุยังน้อย ในขณะที่เพศ การศึกษา รายได้ สัญชาติ ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการังแตกต่างกัน สำหรับการวัดพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นกลับอยู่ในทางตรงกันข้ามกับผลที่ได้จากนักท่องเที่ยว กล่าวคือ อายุ ภูมิลำเนาของคนในท้องถิ่น และ

ความรู้ของคนในท้องถิ่น ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการังแตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษา รายได้และการรับรู้ข่าวสาร กลับส่งผลให้คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ที่ดี พบว่าคนขับเรือส่วนใหญ่นั้น มีความสนใจกับปัญหาความเสื่อมโทรมของแนวปะการัง โดยได้รับข่าวสารการอนุรักษ์ทำให้เกิดการปฏิบัติที่ดี ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประสบการณ์และการอบรมก่อนการดำน้ำทำให้เกิดความรู้และทัศนคติที่ดีอันจะก่อให้เกิดภาคปฏิบัติต่อไป และควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการอนุรักษ์ปะการังให้มากขึ้นด้วย

กัลยา สมมาตย์ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายร้อยละ 49.6 และเพศหญิงร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 19 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำว่า 35,000 บาท อาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และภูมิลำเนาในภาคกลาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากเพื่อการพักผ่อน/พักฟื้น ใช้เวลาพำนักเฉลี่ย 1 – 2 คืน ในการมาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง 500 – 1,499 บาทต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากต่ำกว่า 500 บาท การเดินทางมักไปด้วยตนเองหรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อบุคคลในการมาเที่ยวจะพักแรมที่บังกะโล รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวเพชรบุรีแล้วประทับใจจึงกลับมาเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมาคือการคมนาคมขนส่ง

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยใหญ่อายุ 15 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ อายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.20 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือต่ำกว่าอนุปริญญา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ 24,000 – 37,999 บาท รองลงมาคือระดับรายได้ 10,000 – 23,999 บาท โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสมรส และพบว่า 1.นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดทุก ด้านโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน 2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดในข้อจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวและจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดไม่แตกต่างกัน 3. ทัศนคติด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01 ตามลำดับ ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาเสม็ด

วิธินี วรรณสกล (2542: 90-91) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า 1. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 2. ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับสูงและปานกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง 3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจพบว่าสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือ ทะเล พาหนะที่ใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัวนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จึงทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวลดน้อยลง สำหรับปัจจัยที่กระตุ้นให้สนใจที่จะท่องเที่ยว คือ เพื่อคลายเครียด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมือนเดิม

พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน ทำบุญ ไหว้พระ ถ้าพักค้างคืนจะนิยมพักตามบ้านญาติหรือเพื่อน และโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ได้แก่ รถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานั้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตามลำดับ

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีสำรวจ (Survey Method) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการทบทวนเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548: 193-194)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

p = สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษา เท่ากับ 50 %

q = สัดส่วนของประชากรที่ไม่ได้สนใจศึกษา = 1-p

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ได้ ค่าเท่ากับ 0.05

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ดังนั้น

$$n = \frac{(1.96)^2(.5)\,(1-.5)}{(0.05)^2} = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% เท่ากับ 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นมีขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวจำนวน 10 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น พระพุทธรูปใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู

2. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่งที่เลือกไว้แห่งละ 40 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

3. วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้ข้างต้น

ตาราง 1 แสดงการสุ่มเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลแต่ละสถานที่

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง
หาดเฉวง	40
หาดละไม	40
น้ำตกหน้าเมือง	40
หินตา หินยาย	40
พระพุทธรูปใหญ่	40
เจดีย์แหลมสอ	40
พระธาตุศิลางู	40
ศูนย์ลิงสมุย	40
สวนผีเสื้อสมุย	40
ฟาร์มงู	40
รวม	400

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด(Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและหญิงระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ(Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ซึ่งการกำหนดช่วงอายุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542: 110) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ข้อมูลรายงานผลการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ พ.ศ. 2548 ของศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่ามีอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{65 - 15}{5} = 10$$

1. ต่ำกว่า 25 ปี
2. 25 - 34 ปี
3. 35 - 44 ปี
4. 45 – 54 ปี
5. 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ดังนี้

1. โสด
2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
3. หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ดังนี้

1. ประถมศึกษา
2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
4. อนุปริญญา หรือ ปวส.
5. ปริญญาตรี
6. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ดังนี้

1. นักเรียน หรือนิสิตนักศึกษา
2. รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว
5. ค้าขาย
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) การกำหนดช่วงรายได้รายได้เฉลี่ยแบ่งเป็น 6 ช่วงดังนี้

$$\text{ช่วงรายได้เฉลี่ย} = \frac{5{,}000 - 65{,}000}{6} = 10{,}000 \text{ บาท}$$

1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท
4. 30,001 – 40,000 บาท
5. 40,001 – 50,000 บาท
6. สูงกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อ 7 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category scale) โดยคำถามแบบมาตราวัดแบบวิธีการให้คะแนนรวม : มาตราวัดแบบ Likert (Method of summated rating : the Likert scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2548:146-150) ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด ระดับคะแนน 5

พึงพอใจมาก ระดับคะแนน 4

พึงพอใจปานกลาง ระดับคะแนน 3

พึงพอใจน้อย ระดับคะแนน 2

พึงพอใจน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ผู้วิจัยสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ยที่ได้	ความหมาย
4.21 – 5.00	พึงพอใจอย่างมาก
3.41 – 4.20	พึงพอใจ
2.61 – 3.40	เฉย ๆ
1.81 – 2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ข้อ 8 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category scale) โดยคำถามแบบมาตราวัดแบบวิธีการให้คะแนนรวม : มาตราวัดแบบ Likert (Method of summated rating : the Likert scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548 :146-150)

ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

การรับรู้มากที่สุด ระดับคะแนน 5

การรับรู้มาก ระดับคะแนน 4

การรับรู้ปานกลาง ระดับคะแนน 3

การรับรู้น้อย ระดับคะแนน 2

การรับรู้ไม่มีเลย ระดับคะแนน 1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ผู้วิจัยสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 :29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ยที่ได้	ความหมาย
4.21 – 5.00	การรับรู้มากที่สุด
3.41 – 4.20	การรับรู้มาก
2.61 – 3.40	การรับรู้ปานกลาง
1.81 – 2.60	การรับรู้น้อย
1.00 – 1.80	การรับรู้น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว

ข้อ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category scale) โดยคำถามแบบมาตราวัดแบบวิธีการให้คะแนนรวม : มาตราวัดแบบ Likert (Method of summated rating : the Likert scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548: 146-150) ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น(Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

การจูงใจมากที่สุด	ระดับคะแนน 5
การจูงใจมาก	ระดับคะแนน 4
การจูงใจปานกลาง	ระดับคะแนน 3
การจูงใจน้อย	ระดับคะแนน 2
การจูงใจไม่มีเลย	ระดับคะแนน 1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ผู้วิจัยสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 :29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ยที่ได้	ความหมาย
4.21 – 5.00	การจูงใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	การจูงใจมาก
2.61 – 3.40	การจูงใจปานกลาง
1.81 – 2.60	การจูงใจน้อย
1.00 – 1.80	การจูงใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อ 10 – ข้อ 13 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย

จังหวัดสุราษฎร์ธานีในเรื่องวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check list) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อ 14 – 16 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีในเรื่อง จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ข้อ 17 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ Semantic differential scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

มาอีกแน่นอน	ระดับคะแนน 5
มาอีก	ระดับคะแนน 4
ไม่แน่ใจ	ระดับคะแนน 3
ไม่มาอีก	ระดับคะแนน 2
ไม่มาอีกแน่นอน	ระดับคะแนน 1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ผู้วิจัยสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ยที่ได้	ความหมาย
4.21 – 5.00	มาท่องเที่ยวอีกแน่นอน
3.41 – 4.20	มาท่องเที่ยวอีก
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่มาอีก
1.00 – 1.80	ไม่มาอีกแน่นอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำราเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. กำหนดโครงร่างแบบสอบถามตามประเด็นสำคัญของจุดมุ่งหมายและขอบเขตของการศึกษา

3. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

4. นำเสนอแบบสอบถามให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา Content Validity โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจแก้สำนวนภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหา

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำทดลอง (Try out) จำนวน 40 ชุด

7. ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคแอลฟ่า (Cronbach's alpha coefficient) (ดร.กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548: 34-36) ซึ่งเป็นการคำนวนหาความเชื่อมั่นทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่น มีดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ	=	0.96
สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	=	0.95
สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	=	0.94
ความพึงพอใจโดยรวม	**=**	**0.89**
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร		
สื่อบุคคล	=	0.78
สื่อมวลชน	=	0.86
การรับรู้รวม	**=**	**0.86**
ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	**=**	**0.93**

4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่ผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่าง ๆ

1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ดำเนินการเก็บข้อมูลในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง คือ หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย พระพุทธรูปใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู โดยแจกแบบสอบถามแห่งละ 40 ชุด

2.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2549

5. การจัดทำกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

5.1 การจัดกระทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วบันทึกโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS For Window Version 11.5 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

1.3 การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

1.4 ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

1.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ตารางตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)ในด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทาง และหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวและความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์สถิติด้วยข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐานของแต่ละข้อ โดยใช้สถิติต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test Independent เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อที่ 1 กับข้อที่ 14-16 (ตอนที่ 5)

2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นตัวแปร-เพศ) โดยใช้ตอบแบบสอบถามข้อที่ 2-6 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 14-16 (ตอนที่ 5)

2.3 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

เกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 7 (ตอนที่ 2) กับข้อที่ 14-17 (ตอนที่ 5)

2.4 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 8 (ตอนที่ 3) กับข้อที่ 14-17 (ตอนที่ 5)

2.5 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 9 (ตอนที่ 4) กับข้อที่ 14-17 (ตอนที่ 5)

5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1. ร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย(Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542: 255) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 7

$$\overline{X} = \frac{\sum x}{n}$$

โดยที่ $\overline{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปรความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542: 255) สูตร

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X^2)}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X^{2)}$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α Coefficent) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{\overline{\text{kcovariance}} / \overline{\text{variance}}}{1+(k-1)\overline{\text{covariance}}/\overline{\text{covariance}}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{\text{Covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนรวมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{\text{Variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542: 360) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ เพศ

กรณีความแปรปรวน 2 กลุ่ม เท่ากัน

$$S^2_1 = S^2_2$$

ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 1$$

กรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

$$S^2_1 \neq S^2_2$$

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{s_1^2}{n_1}\text{-}1 \quad \frac{s_2^2}{n_2}\text{-}1}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution

$\overline{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\overline{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df แทน องศาอิสระ (Degree of Freedom)

3.2 ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2542: 393)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้ใน F – distribution

MS_b แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square sum of Squares)

MS_w แทน แทนความแปรปรวนภายในกลุ่ม

ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (df) เท่ากับ ดังนี้

ระหว่างกลุ่ม = k – 1

ภายในกลุ่ม = n – k

เมื่อ n คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด และ k คือ จำนวนกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}} : n - k \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$r = n - k$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่i และj

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความเชื่อมั่น

กรณีตรวจสอบเงื่อนไขแล้วพบว่า ตัวแปรของแต่ละกลุ่มย่อยมีการแจกแจงแบบปกติ และมีค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ Brown – Forsythe ในการทดสอบค่าเฉลี่ย และถ้าพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiiple Comparisons) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ว่ามีคู่ใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ในระดับความสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548 : 242)

3.3 ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 314) โดยใช้สูตรดังนี้

$$r_{ry} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y))^2}}$$

เมื่อ r_{ry} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด X

$\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum y^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด X ทั้งหมดยกกำลังสอง

$(\sum y)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y ทั้งหมดยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$

1. ค่า r เป็น – แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
2. ค่า r เป็น + แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย
6. ค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์

มีค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (Salkind. 2000: 206)

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก (Very strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01 – 0.20	ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-diatribution
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Prob.(p)	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H_o	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางมีคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานซึ่งมี 4 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของความถี่ และร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	183	45.8
หญิง	217	54.2
รวม	400	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	136	34.0
25 - 34 ปี	163	40.8
35 - 44 ปี	70	17.5
45 – 54 ปี	26	6.5
ตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป	5	1.2
รวม	400	100

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
โสด	270	67.5
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	24	6.0
สมรส/อยู่ด้วยกัน	106	26.5
รวม	400	100
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	21	5.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	11.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	76	19.0
อนุปริญญา หรือ ปวส.	29	7.3
ปริญญาตรี	199	49.8
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
รวม	400	100
5. อาชีพ		
นักเรียน หรือ นิสิตนักศึกษา	77	19.2
รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	48	12.0
พนักงานบริษัทเอกชน	134	33.5
ธุรกิจส่วนตัว	109	27.3
ค้าขาย	32	8.0
รวม	400	100
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	166	41.5
10,001 – 20,000 บาท	110	27.5
20,001 – 30,000 บาท	57	14.2
30,001 – 40,000 บาท	35	8.8
40,001 – 50,000 บาท	8	2.0
สูงกว่า 50,000 บาท	24	6.0
รวม	400	100

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 เป็นเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

อายุ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และอายุ 35 – 44 จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อนุปริญญาหรือ ปวส. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัวจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 นักเรียนหรือนิสิตนักศึกษา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และค้าขายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมามีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รายได้สูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และรายได้ 40,001 – 50,000 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ2.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพอใจ
สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย			
1. หาดเฉวง	3.98	.881	พึงพอใจ
2. หาดละไม	3.86	.857	พึงพอใจ
3. น้ำตกหน้าเมือง	3.76	.944	พึงพอใจ
4. หินตา หินยาย	4.10	.839	พึงพอใจ
สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย			
5. พระพุทธรูปใหญ่ (พระใหญ่)	4.26	.790	พอใจอย่างมาก
6. เจดีย์แหลมสอ	3.78	.929	พึงพอใจ
7. พระธาตุศิลางู	3.66	.985	พึงพอใจ
สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆเกาะสมุย			
8. ศูนย์ลิงสมุย	3.84	2.197	พึงพอใจ
9. สวนผีเสื้อสมุย	3.72	1.007	พึงพอใจ
10.ฟาร์มงู	3.53	1.003	พึงพอใจ

จากตาราง 3 แสดงปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หินตาหินยาย หาดเฉวง หาดละไม และน้ำตกหน้าเมืองอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 3.98, 3.86 และ 3.76 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม พระพุทธรูปใหญ่ (พระใหญ่) อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวเจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.66 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84, 3.72 และ 3.53 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประเภทสื่อ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
สื่อบุคคล			
1. ไกด์	2.58	1.213	น้อย
2. เพื่อน	3.74	1.001	มาก
3. พ่อแม่ / ญาติพี่น้อง	3.28	1.177	ปานกลาง
4. แฟน / คนรัก	3.15	1.244	ปานกลาง
สื่อมวลชน			
5. องค์กรท่องเที่ยว	3.20	1.120	ปานกลาง
6. แผ่นพับ / ใบปลิว	3.41	1.164	มาก
7. นิตยสาร	3.47	1.050	มาก
8. อินเตอร์เน็ต	3.35	1.196	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี พบว่า

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อบุคคลจากเพื่อน อยู่ในระดับมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง และแฟน/คนรัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.15 และนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยจากไกด์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อมวลชน จากนิตยสาร อินเตอร์เน็ต และแผ่นพับ/ใบปลิว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และ 3.41 และนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลางจาก อินเตอร์เน็ต และองค์กรท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และ 3.20

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการจูงใจ
เพื่อความสนุกและความบันเทิง	3.95	.822	มาก
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป	3.81	.961	มาก
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน	3.22	1.073	ปานกลาง
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น	3.41	1.046	มาก
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน	3.26	1.107	ปานกลาง
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	4.23	.751	มากที่สุด
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก	3.84	.983	มาก
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม	3.40	1.038	ปานกลาง
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	3.74	.921	มาก
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	3.52	1.045	มาก

จากตาราง 5 แสดงปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี พบว่าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจในการท่องเที่ยว ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานความบันเทิง ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ และเพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, 3.84, 3.81, 3.74, 3.52 และ 3.41 และปัจจัยจูงใจด้านความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน และเพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เท่ากับ 3.40, 3.26 และ 3.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์หลัก	จำนวน	ร้อยละ
1. มาพักผ่อน / ท่องเที่ยว	284	71.0
2. มาติดต่อธุรกิจ /ประชุมสัมมนา	56	14.0
3. มาทัศนศึกษา	14	3.5
4. มาเยี่ยมญาติ	46	11.5
รวม	400	100

จากตาราง 6 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 เพื่อมาติดต่อธุรกิจ/มาประชุมสัมมนา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เพื่อมาทัศนศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มาเยี่ยมญาติ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่ร่วมเดินทาง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	60	15.0
มากับเพื่อน	159	39.8
มากับครอบครัว	119	29.7
มากับแฟน/คู่รัก	62	15.5
รวม	400	100

จากตาราง 7 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมาคนเดียว มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และเดินทางมากับแฟน/คู่รัก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยใน เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	44	11.0
รถยนต์ส่วนตัว	215	53.7
รถบริษัทนำเที่ยว	26	6.5
รถโดยสารประจำทาง	115	28.8
รวม	400	100

จากตาราง 8 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ใน เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ช่วงเวลาที่เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	75	18.7
วันหยุดปลายสัปดาห์	151	37.8
วันหยุดตามเทศกาล	110	27.5
วันลาพักร้อนประจำปี	64	16.0
รวม	400	100

จากตาราง 9 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ช่วงเวลาในวันธรรมดา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ช่วงเวลาวันหยุดปลายสัปดาห์ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ช่วงวันหยุดตามเทศกาล จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ ช่วงวันลาพักร้อนประจำปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทย ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Minimum	Maximum	$\overline{X}$	S.D.
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง (วัน)	1	30	4.08	3.573
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)	600	50000	8096.13	9109.554
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว (ครั้ง)	1	20	2.62	2.398

จากตาราง 10 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ยจำนวน 4.08 วัน โดยจะใช้เวลาน้อยที่สุดคือ 1 วัน และมีผู้ที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 30 วัน

ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยใช้จ่ายเงินต่อครั้งประมาณ 8,096 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำสุด 600 บาทต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 50,000 บาทต่อครั้ง

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุย (รวมครั้งนี้) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง โดยมีการท่องเที่ยวน้อยครั้งที่สุด คือ 1 ครั้ง และมีผู้มาเที่ยวบ่อยสุดคือ 20 ครั้ง

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความตั้งใจ
ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีก	4.07	1.020	มาท่องเที่ยวอีก

จากตาราง 11 พบว่านักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอีก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานซึ่งมีทั้งหมด 4 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นำมาทดสอบสมมติฐาน คือ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

เพศ

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของเพศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของเพศแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของเพศโดยใช้ Levene's Test

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		Levene's Test for Equality of Variances		T-test for Equality of Means
		F	Sig.	Sig. (2-tailed)
ระยะเวลาท่องเที่ยว	Equal variances assumed	.039	.844	.765
	Equal variances not assumed			.762
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	Equal variances assumed	.008	.928	.959
	Equal variances not assumed			.959
จำนวนครั้งที่เดินทาง	Equal variances assumed	.450	.503	.452
	Equal variances not assumed			.454

จากตาราง 12 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .0844 0.928 และ 0.503 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้ค่าสถิติ Equal variances assumed ในการทดสอบ

ตาราง 13 แสดงผลทดสอบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\overline{X}$	S.D.	t	df	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	ชาย	4.02	3.23	-.299	398	.765
	หญิง	4.13	3.85			
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ชาย	8121.58	9089.10	.051	398	.959
	หญิง	8074.65	9147.72			
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ชาย	2.72	2.48	.753	398	.452
	หญิง	2.53	2.33			

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ .765 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ .959 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ .452 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

อายุ

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_o : อายุของนักท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุของนักท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_o : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test

	Levene Statistic	df1	df2	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	2.733*	4	395	.029
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	2.727*	4	395	.029
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	.822	4	395	.512

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า p เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	1.679	4	261.812	.155
ค่าใช้จายในการเดินทาง	2.075	4	139.495	.087

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.087 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ 0.512 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-ratio	Prob(p)
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	20.783	5.196	.903	.462
	ภายในกลุ่ม	395	2273.694	5.756		
	รวม	399	2294.478			

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.462 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพ

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_o : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test

	Levene Statistic	df1	df2	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	.270	2	397	.764
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	15.237*	2	397	.000
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	.022	2	397	.979

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า p เท่ากับ .764 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ 0.979 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-ratio	Prob(p)
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	.668	.334	.026	.974
	ภายในกลุ่ม	397	5092.772	12.828		
	รวม	399	5093.440			
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	1.344	.672	.116	.890
	ภายในกลุ่ม	397	2293.134	5.776		
	รวม	399	2294.477			

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.974 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.890 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4.639*	2	66.440	.013

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลายๆ คู่ ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett's T3 ดังแสดงในตารางดังนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้วิธี Dunnett's T3

สถานภาพ		โสด	หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	สมรส/อยู่ด้วยกัน
	$\overline{X}$	6894.26	9875.00	10754.72
โสด	6894.26		-2980.74	-3860.46*
			(0.586)	(0.005)
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	9875.00			-879.72
				(0.985)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	10754.72			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Prob.(p) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3860.46

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test

	Levene Statistic	df1	df2	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	.270*	2	397	.000
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	15.237	2	397	.101
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	.022*	2	397	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า p เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำแนกระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	4.548*	5	125.781	.001
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	2.943*	5	164.770	.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลายๆ คู่ ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett's T3 ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง โดยใช้วิธี Dunnett's T3

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\overline{X}$	3.71	4.18	5.62	5.17	3.52	2.93
ประถมศึกษา	3.71		-.46	-1.90	-1.46	.19	.78
			(1.000)	(0.280)	(0.959)	(1.000)	(0.927)
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.18			-1.44	-.99	.66	1.24
				(0 .614)	(0.998)	(0.926)	(0.206)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	5.62				.45	2.10*	2.69*
					(1.000)	(0.027)	(0.002)
อนุปริญญาหรือ ปวส.	5.17					1.65	2.24
						(0.814)	(0.428)
ปริญญาตรี	3.52						.59
							(0.503)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.93						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่า Prob.(p) เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่ากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Prob.(p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงปริญญาตรี อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงปริญญาตรี มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่ากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแปรปรวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว โดยใช้วิธี Dunnett's T3

ระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\overline{X}$	2.43	2.67	3.43	3.10	2.31	2.20
ประถมศึกษา	2.43		-.24	-1.01	-.67	.12	.23
			(1.000)	(0.560)	(0.995)	(1.000)	(1.000)
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.67			-.77	-.44	.35	.47
				(0.683)	(1.000)	(0.916)	(0.991)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.43				.33	1.12*	1.23
					(1.000)	(0.040)	(0.307)
อนุปริญญา/ปวส.	3.10					.80	.90
						(0.934)	(0.951)
ปริญญาตรี	2.31						.11
							(1.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.20						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่า Prob.(p) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลา

ท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่ากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.12

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแปรปรวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .101 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-ratio	Prob(p)
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	333086889.067	66617377.813	.801	.550
	ภายในกลุ่ม	394	32777519604.683	83191674.124		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.550 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อาชีพ

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_o : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test

	Levene Statistic	df1	df2	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	2.917*	4	395	.021
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	4.894*	4	395	.001
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	3.027*	4	395	.018

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า p เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำแนกอาชีพโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	1.619	4	124.557	.174
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	3.431*	4	221.874	.010
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	1.939	4	195.332	.105

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.105 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นเพื่อให้ทราบว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลายๆ คู่ ในเวลาเดียวกัน (Multiple Comparison) ด้วยวิธี Dunnett's T3 ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้วิธี Dunnett's T3

อาชีพ		นักเรียน/นิสิต นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ค้าขาย
	$\overline{X}$	5446.75	6561.46	8589.55	9917.43	8503.13
นักเรียนหรือนิสิต นักศึกษา	5446.75		-1114.71 (0.989)	-3142.80 (0.076)	-4470.68* (0.004)	-3056.37 (0.730)
รับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	6561.46			-2028.09 (0.668)	-3355.97 (0.113)	-1941.67 (0.981)
พนักงานบริษัท เอกชน	8589.55				-1327.88 (0.967)	86.43 (1.000)
ธุรกิจส่วนตัว	9917.43					1414.31 (0.998)
ค้าขาย	8503.13					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียนหรือนิสิตนักศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่า Prob.(p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียนหรือนิสิตนักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียนหรือนิสิตนักศึกษา ซึ่งมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4470.68

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแปรปรวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_o : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_o : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's Test

	Levene Statistic	df1	df2	p
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	3.202*	5	394	.008
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	2.784*	5	394	.017
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	.207	5	394	.959

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่าด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า p เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ทดสอบ

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig
ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	1.383	5	72.598	.241
ค่าใช้จ่ายในการเดินท่องเที่ยวเที่ยว	1.704	5	55.405	.149

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า p เท่ากับ 0.959 ซึ่งมากกว่า 0.05 คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกันจะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-ratio	Prob(p)
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	6.076	1.215	.209	.959
	ภายในกลุ่ม	394	2288.401	5.808		
	รวม	399	2294.478			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.959 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นำมาทดสอบสมมติฐาน คือ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

H_1 : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ความพึงพอใจที่มีต่อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง		
สถานที่ท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ			
หาดเฉวง	.007	.891	ไม่มีความสัมพันธ์
หาดละไม	.095	.059	ไม่มีความสัมพันธ์
น้ำตกหน้าเมือง	.024	.627	ไม่มีความสัมพันธ์
หินตาหินยาย	.107(*)	.033	ต่ำมาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม			
พระใหญ่	.126(*)	.012	ต่ำมาก
เจดีย์แหลมสอ	.052	.299	ไม่มีความสัมพันธ์
พระธาตุศิลาลู	.077	.125	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ			
ศูนย์ลิงสมุย	-.018	.727	ไม่มีความสัมพันธ์
สวนผีเสื้อสมุย	.121(*)	.015	ต่ำมาก
ฟาร์มงู	.024	.626	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.891, 0.059, 0.627 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุยหาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หินตาหินยาย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่าความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หินตาหินยาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.107 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หินตาหินยายมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุยพระใหญ่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.126 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลาง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.299 และ 0.125 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ศูนย์ลิงสมุยและฟาร์มงู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.727 และ 0.626 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุยศูนย์ลิงสมุย และฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.126 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่

ท่องเที่ยวvอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุยมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานที่ 2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

H_1: ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ความพึงพอใจที่มีต่อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		
สถานที่ท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ			
หาดเฉวง	.066	.185	ไม่มีความสัมพันธ์
หาดละไม	.030	.554	ไม่มีความสัมพันธ์
น้ำตกหน้าเมือง	-.015	.770	ไม่มีความสัมพันธ์
หินตาหินยาย	.007	.896	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม			
พระใหญ่	.043	.390	ไม่มีความสัมพันธ์
เจดีย์แหลมสอ	-.064	.201	ไม่มีความสัมพันธ์
พระธาตุศิลาขู	-.037	.465	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ			
ศูนย์ลิงสมุย	-.061	.222	ไม่มีความสัมพันธ์
สวนผีเสื้อสมุย	-.061	.895	ไม่มีความสัมพันธ์
ฟาร์มงู	-.068	.174	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.185, 0.554, 0.770 และ 0.896 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุยหาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ และพระธาตุศิลางู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.390,0.201และ 0.465 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุยพระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ และพระธาตุศิลางู ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย และฟาร์มงู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.222, 0.895 และ 0.174 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุยศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย และฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o: ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

H_1 : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจที่มีต่อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
สถานที่ท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ			
หาดเฉวง	.078	.118	ไม่มีความสัมพันธ์
หาดละไม	.049	.328	ไม่มีความสัมพันธ์
น้ำตกหน้าเมือง	.019	.709	ไม่มีความสัมพันธ์
หินตาหินยาย	.093	.062	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม			
พระใหญ่	.113(*)	.023	ต่ำมาก
เจดีย์แหลมสอ	.191(**)	.000	ต่ำมาก
พระธาตุศิลางู	.118(*)	.018	ต่ำมาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ			
ศูนย์ลิงสมุย	.039	.439	ไม่มีความสัมพันธ์
สวนผีเสื้อสมุย	.091	.068	ไม่มีความสัมพันธ์
ฟาร์มงู	.094	.060	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.118, 0.328, 0.709 และ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุยหาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุยพระใหญ่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.126 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.191 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย เจดีย์แหลมสอมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระธาตุศิลางู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระธาตุศิลางู มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.118 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระธาตุศิลางูมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย และฟาร์มงู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.439, 0.068 และ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุยศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย และฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

H_1 : ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

ความพึงพอใจที่มีต่อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
สถานที่ท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ			
หาดเฉวง	.055	.276	ไม่มีความสัมพันธ์
หาดละไม	.138(**)	.006	ต่ำมาก
น้ำตกหน้าเมือง	.063	.212	ไม่มีความสัมพันธ์
หินตาหินยาย	.085	.088	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม			
พระใหญ่	.201(**)	.000	ต่ำมาก
เจดีย์แหลมสอ	.170(**)	.001	ต่ำมาก
พระธาตุศิลางู	.177(**)	.000	ต่ำมาก

ตาราง 35 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
สถานที่ท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ			
ศูนย์ลิงสมุย	-.010	.835	ไม่มีความสัมพันธ์
สวนผีเสื้อสมุย	.127(*)	.011	ต่ำมาก
ฟาร์มงู	.148(**)	.003	ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก พบว่า

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดเฉวง น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.276, 0.212 และ 0.088 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุยหาดเฉวง น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดละไม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.138 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย หาดละไมมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ และพระธาตุศิลาลู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000, 0.001 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ และพระธาติศิลาลู มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.201, 0.170 และ 0.177 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ และพระธาตุศิลางูมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ศูนย์ลิงสมุย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.835 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุยศูนย์ลิงสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.127 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวvอื่น ๆ เกาะสมุย สวนผีเสื้อสมุย มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

ส่วนความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ฟาร์มงู มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)หมายความว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เกาะสมุย ฟาร์มงู มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.148 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆเกาะสมุยมากจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นำมาทดสอบสมมติฐาน คือ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
สื่อบุคคล			
ไกด์	-.046	.359	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อน	.050	.318	ไม่มีความสัมพันธ์
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	.044	.385	ไม่มีความสัมพันธ์
แฟน/คนรัก	-.012	.806	ไม่มีความสัมพันธ์
สื่อมวลชน			
องค์กรท่องเที่ยว	.022	.666	ไม่มีความสัมพันธ์
แผ่นพับ/ใบปลิว	.001	.991	ไม่มีความสัมพันธ์
นิตยสาร	-.027	.584	ไม่มีความสัมพันธ์
อินเตอร์เน็ต	.010	.844	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจประเภทสื่อบุคคล จากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง และแฟน/คนรัก มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.359, 0.318, 0.385 และ 0.806 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง และแฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.666, 0.991, 0.584 และ 0.844 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน องค์กรท่องเที่ยว

แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
สื่อบุคคล			
ไกด์	.067	.182	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อน	.060	.228	ไม่มีความสัมพันธ์
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	-.018	.720	ไม่มีความสัมพันธ์
แฟน/คนรัก	.105(*)	.036	ต่ำมาก
สื่อมวลชน			
องค์กรท่องเที่ยว	.040	.430	ไม่มีความสัมพันธ์
แผ่นพับ/ใบปลิว	.039	.434	ไม่มีความสัมพันธ์
นิตยสาร	.086	.087	ไม่มีความสัมพันธ์
อินเตอร์เน็ต	.038	.452	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.182, 0.228 และ 0.720 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากแฟน/คนรัก มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล แฟน/คนรัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.105 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคล จากแฟน/คนรัก มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.430, 0.434, 0.087 และ 0.452 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
สื่อบุคคล			
ไกด์	.069	.170	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อน	.078	.119	ไม่มีความสัมพันธ์
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	.129(*)	.010	ต่ำมาก
แฟน/คนรัก	.095	.058	ไม่มีความสัมพันธ์
สื่อมวลชน			
องค์กรท่องเที่ยว	.106(*)	.033	ต่ำมาก
แผ่นพับ/ใบปลิว	.122(*)	.014	ต่ำมาก
นิตยสาร	.015	.761	ไม่มีความสัมพันธ์
อินเตอร์เน็ต	.065	.194	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากไกด์ เพื่อน แฟน/คนรัก มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.170, 0.119 และ 0.058 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน แฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล พ่อแม่/ญาติพี่น้อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.129 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคล จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว และแผ่นพับ/ใบปลิว มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.033 และ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.106 และ 0.122 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคล องค์กรท่องเที่ยวและแผ่นพับ/ใบปลิว มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.761 และ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
สื่อบุคคล			
ไกด์	-.018	.722	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อน	.078	.121	ไม่มีความสัมพันธ์
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	.062	.213	ไม่มีความสัมพันธ์
แฟน/คนรัก	.053	.293	ไม่มีความสัมพันธ์
สื่อมวลชน			
องค์กรท่องเที่ยว	.101(*)	.043	ต่ำมาก
แผ่นพับ/ใบปลิว	.013	.795	ไม่มีความสัมพันธ์
นิตยสาร	-.002	.974	ไม่มีความสัมพันธ์
อินเตอร์เน็ต	.031	.543	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง แฟน/คนรัก มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.722, 0.121,0.213 และ 0.293 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง แฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน องค์กรณ์ท่องเที่ยว มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน องค์กรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.101 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.795, 0.974 และ 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากสื่อมวลชน นิตยสาร แผ่นพับ/ใบปลิว และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทมวลชน องค์กรท่องเที่ยว มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่กลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นำมาทดสอบสมมติฐาน คือ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4.1 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

H_1 : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
เพื่อความสนุกและความบันเทิง	.028	.578	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป	.038	.447	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน	.014	.775	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น	.013	.790	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน	.013	.794	ไม่มีความสัมพันธ์
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	.101(*)	.044	ต่ำมาก
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก	.067	.180	ไม่มีความสัมพันธ์
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม	-.004	.939	ไม่มีความสัมพันธ์
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	-.014	.776	ไม่มีความสัมพันธ์
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	-.064	.205	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน

รถทัวส์ เรือ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.578, 0.447, 0.775, 0.790, 0.794, 0.180, 0.939, 0.776 และ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.101 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานที่ 4.2 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

H_1 : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในมการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
เพื่อความสนุกและความบันเทิง	-.012	.806	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป	-.010	.838	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน	.000	.993	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น	.039	.436	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน	.027	.595	ไม่มีความสัมพันธ์
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	.151(**)	.002	ต่ำมาก
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก	.035	.484	ไม่มีความสัมพันธ์
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม	-.055	.269	ไม่มีความสัมพันธ์
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	.045	.365	ไม่มีความสัมพันธ์
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	.031	.543	ไม่มีความสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่า

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.806, 0.838, 0.993, 0.436, 0.959, 0.484, 0.269, 0.365 และ 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจ

และตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_o) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.151 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานที่ 4.3 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

H_1 : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
เพื่อความสนุกและความบันเทิง	.063	.205	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป	-.042	.400	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน	.012	.815	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น	.005	.915	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน	.078	.119	ไม่มีความสัมพันธ์
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	.035	.484	ไม่มีความสัมพันธ์
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก	.051	.314	ไม่มีความสัมพันธ์
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม	.010	.844	ไม่มีความสัมพันธ์
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	-.016	.745	ไม่มีความสัมพันธ์
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	.002	.975	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.205, 0.400, 0.815, 0.915, 0.119, 0.484, 0.314, 0.844, 0.745 และ 0.975 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก,

ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4.4 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_o : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

H_1 : ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_o) ก็ต่อเมื่อค่า Prob.(p) มากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังนี้

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
	Pearson Correlation	Prob. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
เพื่อความสนุกและความบันเทิง	.088	.078	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป	.032	.519	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน	.059	.243	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น	.033	.506	ไม่มีความสัมพันธ์
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน	.108(*)	.031	ต่ำมาก
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	.116(*)	.021	ต่ำมาก
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก	.147(**)	.003	ต่ำมาก
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม	.160(**)	.001	ต่ำมาก
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	.055	.276	ไม่มีความสัมพันธ์
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	.117(*)	.019	ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก พบว่า

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.078, 0.519, 0.243, 0.506, 0.276 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.031, 0.021 และ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.108, 0.116 และ 0.0.117 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และด้านการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

ส่วนปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อ ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 และ 0.001ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.147 และ 0.160 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก และด้านความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 44 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน		
	1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน	t-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน	ANOVA	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน		
	- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ANOVA	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ANOVA	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน		
	- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ANOVA	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ANOVA	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน		
	- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ANOVA	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	ANOVA	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน	ANOVA	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
2	ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี		
	2.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง		
	2.1.1 สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ		
	- หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- หินตาหินยาย	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.1.2 สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม		
	- พระใหญ่	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลาง	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.1.3 สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ		
	- ศูนย์ลิงสมุยและฟาร์มงู	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- สวนผีเสื้อสมุย	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
	2.3.1 สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ		
	- หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.3.2 สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม		
	- พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.3.3 สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ		
	- ศูนย์ลิงสมุย ฟาร์มงู และสวนผีเสื้อสมุย	Pearson	ไม่สอดคล้อง
	2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
	2.4.1 สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ		
	- หาดเฉวง น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- หาดละไม	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	2.4.2 สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม		
	- พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	2.4.3 สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ		
	- ศูนย์ลิงสมุย	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
3.	ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี		
	3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		
	3.2.1 สื่อบุคคล		
	- ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- แฟน/คนรัก	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	3.2.1 สื่อมวลชน		
	- องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร อินเตอร์เน็ต	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	3.3.1 สื่อบุคคล		
	- ไกด์ เพื่อน แฟน/คนรัก	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	3.3.1 สื่อมวลชน		
	- องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- นิตยสาร อินเตอร์เน็ต	Pearson	ไม่สอดคล้อง
	3.4 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
	3.3.1 สื่อบุคคล		
	- ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง แฟน/คนรัก	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	3.3.1 สื่อมวลชน		
	- องค์กรท่องเที่ยว	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร อินเตอร์เน็ต	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
4.	ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี		

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	4.1 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง		
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
	4.2 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว		
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	4.3 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	4.4 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก		
	- ปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
	- ปัจจัยจูงใจเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน

บทที่ 5 สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี" ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัยดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

1. เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย

2. เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบในการปรับปรุงและพัฒนา ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สามารถระบุได้จำนวนประชากรได้แน่นอน ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% เท่ากับ 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นมีขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวจำนวน 10 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น พระพุทธรูปใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลาขู และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู

2. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่งที่เลือกไว้แห่งละ 40 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

3. วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้ข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนะธรรม และท่องเที่ยวอื่นๆ ของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิธีแบบให้คะแนนมาตราส่วนประมาณค่า (Likert) กำหนดการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยวิธีแบบให้คะแนนมาตราส่วนประมาณค่า (Likert) กำหนดการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว โดยวิธีแบบให้คะแนนมาตราส่วนประมาณค่า (Likert) กำหนดการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในเรื่องวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคแอลฟ่า (Cronbach's alpha coefficient) (ดร.กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548: 34-36) ซึ่งเป็นการคำนวนหาความเชื่อมั่นทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่น มีดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ	=	0.96
สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	=	0.95
สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	=	0.94
ความพึงพอใจโดยรวม	=	0.89

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

สื่อบุคคล	=	0.78
สื่อมวลชน	=	0.86
การรับรู้รวม	=	0.86
ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว	=	0.93

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่ผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่าง ๆ

1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ดำเนินการเก็บข้อมูลในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง คือ หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย พระพุทธรูปใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุย ฟาร์มงู โดยแจกแบบสอบถามแห่งละ 40 ชุด

2.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2549

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผล ผู้ศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package For The Social Sciences) Version 11.5 ในการวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (T-test Independent) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) และ การทดสอบสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1 เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

1.2 อายุนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และอายุ 35 – 44 จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

1.3 สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

1.4 ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อนุปริญญาหรือ ปวส. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

1.5 อาชีพ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัวจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 นักเรียนหรือนิสิตนักศึกษา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และค้าขายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมามีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รายได้สูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และรายได้ 40,001 – 50,000 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ2.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หินตาหินยาย หาดเฉวง หาดละไม และน้ำตกหน้าเมืองอยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 3.98, 3.86 และ 3.76 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม พระพุทธรูปใหญ่ (พระใหญ่) อยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีความพึงพอใจต่อสถานที่

ท่องเที่ยวเจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลางู อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.66 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู อยู่ในระดับพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84, 3.72 และ 3.53 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อบุคคลจากเพื่อน อยู่ในระดับมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง และแฟน/คนรัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.15 และนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยจากไกด์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อมวลชน จากนิตยสาร อินเตอร์เน็ต และแผ่นพับ/ใบปลิว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และ 3.41 และนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลางจาก อินเตอร์เน็ต และองค์กรท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และ 3.20

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี พบว่าคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจในการท่องเที่ยว ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานความบันเทิง ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ และเพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, 3.84, 3.81, 3.74, 3.52 และ 3.41 และปัจจัยจูงใจด้านความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน และเพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เท่ากับ 3.40, 3.26 และ 3.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 เพื่อมาติดต่อธุรกิจ/มาประชุมสัมมนา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เพื่อมาทัศนศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มาเยี่ยมญาติ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

บุคคลที่ร่วมเดินทาง มาท่องเที่ยวแบบมาคนเดียว มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และเดินทางมากับแฟน/คู่รัก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

พาหนะในการเดินทาง เดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8

ช่วงเวลาเดินทาง เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ช่วงเวลาในวันธรรมดา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ช่วงเวลาวันหยุดปลายสัปดาห์ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ช่วงวันหยุดตามเทศกาล จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ ช่วงวันลาพักร้อนประจำปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ยจำนวน 4.08 วัน โดยจะใช้เวลาน้อยที่สุดคือ 1 วัน และมีผู้ที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 30 วัน

ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยใช้จ่ายเงินต่อครั้ง คือ 8,096.13 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำสุด 600 บาทต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 50,000 บาทต่อครั้ง

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุย (รวมครั้งนี้) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ย 2.62 ครั้ง โดยมีการท่องเที่ยวน้อยครั้งที่สุด คือ 1 ครั้ง และมีผู้มาเที่ยวบ่อยสุดคือ 20 ครั้ง

ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก พบว่านักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอีก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานซึ่งมี 4 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านค่าใช้จ่ายเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน เท่ากับ 3,860.46 บาท

1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ 2.10 วัน และ 2.69 วันตามลำดับ

- ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี เท่ากับ 1.12 ครั้ง

- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

- ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านค่าใช่จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียนหรือนิสิต นักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวเท่ากับ 4,470.68

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.1 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย

- หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- หินตาหินยาย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

2. สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย

- พระใหญ่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
- เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลาลู ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เกาะสมุย

- ศูนย์ลิงสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- สวนผีเสื้อสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย

- หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย

- พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เกาะสมุย

- ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานทางสถิติที่ตั้งไว้

2.3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย

- หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย

- พระใหญ่และพระธาตุศิลางู มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

- เจดีย์แหลมสอ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เกาะสมุย

- ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

1. สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย

- หาดเฉวง น้ำตกหน้าเมือง และหินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- หาดละไม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

2. สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย

- พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่

จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.01 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

3. สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เกาะสมุย

- ศูนย์ลิงสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

- ฟาร์มงู มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งมีความไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้องและแฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อมวลชน องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากแฟน/คนรัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมี

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคล จากแฟน/คนรัก มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน แฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยประเภทสื่อบุคคล จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคล จากพ่อแม่/ญาติพีน้อง มากจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยวและแผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชนจาก องค์กรท่องเที่ยวและแผ่นพับใบปลิว มากจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชน นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้องและแฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยวและแผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชนจาก องค์กรท่องเที่ยว มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อมวลชน แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.1 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเพิ่มขึ้นด้วย

4.2 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูด

ด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

4.3 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.4 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อความสนุกและความบันเทิง, เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป, เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน, เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น, การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน, ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล, การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมากกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และด้านการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก, ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม, มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก และด้านความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพิ่มขึ้นด้วย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี ด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกาะสมุย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่บุคคลทั่วไปสนใจและสามารถไปเที่ยวได้โดยไม่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547 : 126) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย-พม่า อ.แม่สอด จ.ตาก ที่มีเพศแตกต่างกันมีความถี่ที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 122) ที่พบว่า จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่มาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงรายไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกาะสมุย มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบให้เลือก รูปแบบการท่องเที่ยวเหล่านี้เหมาะกับบุคคลทุกวัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 122) ที่พบว่า จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณกับอายุ อ.เชียงแสน จ.เชียงรายแตกต่างกัน

ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมากับกรุ๊ปทัวส์เป็นกลุ่มใหญ่ สำหรับด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับสถานภาพพบว่าแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ อย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย และโสด เนื่องจากการเดินทางมาเป็นครอบครัวก็มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 122) ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงรายกับสถานภาพไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาต้อนต้น ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่นยังไม่มีหน้าที่รับผิดชอบมากจึงมักใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 122) ที่พบว่า จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณอ.เชียงแสน จ.เชียงรายกับระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่บุคคลทุกสาขาอาชีพสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในท่องเที่ยวกับอาชีพพบว่าแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียนหรือนิสิต นักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและธุรกิจส่วนตัว ทั้งนี้เนื่องจากยังไม่สามารถหาเงินได้ด้วยตนเอง และท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546 : 113) กล่าวว่า อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นบุคคลในท้องถิ่นใกล้เคียงเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจึงไม่สูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 115) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร จำนวนครั้งที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดชุมพรในรอบ 1 ปี และความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรอีกในอนาคตแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง เนื่องจากหาดทรายและน้ำตกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสามารถไปท่องเที่ยวได้บ่อยๆ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติหินตาหินยาย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีอยู่ที่เดียว ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม พระใหญ่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสิ่งก่อสร้างที่มีชื่อเสียงและเป็นที่เคารพบูชาของนักท่องเที่ยว ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลาลู ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง เนื่องจากเป็นเพียงโบราณสถานที่เก่าแก่ สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ศูนย์ลิงสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชมที่แพง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง เนื่องจากมีความสวยงามของผีเสื้อมากมายหลายชนิด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 148) กล่าวว่า ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอ.เชียงแสน จ.เชียงรายมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลาลู และความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียง

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หาดเฉวง หาดละไม น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย และความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ศูนย์ลิงสมุย สวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียงเมื่อเดินทางมาเที่ยวแล้วก็จะไปท่องเที่ยวที่อื่น ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

ศิลปวัฒนธรรม พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสถานที่เคารพบูชาของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในเกาะสมุย ด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หาดเฉวง น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทะเลและน้ำตกมาก ส่วนความพึงพอใจต่อหาดละไม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเนื่องจากเป็นชายหาดที่มีความสวยงามมาก ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอและพระธาตุศิลางู มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางจิตใจถ้ามีโอกาสนักท่องเที่ยวก็อยากกลับมาสักการะอีก ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ศูนย์ลิงสมุย ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกเพราะไม่มีสิ่งแปลกใหม่นำเสนอ ส่วนสวนผีเสื้อสมุยและฟาร์มงู มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากจะมีผีเสื้อและงูพันธ์ใหม่ๆ ให้ชม

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยของ นักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า ประเภทสื่อบุคคลจากแฟน/คนรัก มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อบุคคล ไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้องและประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ผลการวิจัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อบุคคล แฟน/คนรัก มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และประเภทสื่อมวลชน จาก องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ผลการวิจัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว พบว่า ประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน แฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อบุคคล พ่อแม่/ญาติพี่น้อง มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และประเภทสื่อมวลชน จาก องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง

ที่มาท่องเที่ยว และประเภทสื่อมวลชน นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง

ผลการวิจัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุยกับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก พบว่า ประเภทสื่อบุคคลจากไกด์ เพื่อน พ่อแม่/ญาติพี่น้อง แฟน/คนรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทสื่อมวลชน จากองค์กรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก และประเภทสื่อมวลชน แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 120) ที่พบว่าปัจจัยกับรับรู้ข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพรในเรื่องความตั้งใจจะมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรอีกในอนาคต

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง เนื่องจากปัจจัยจูงใจดังกล่าว สามารถหาได้จากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ส่วนปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งเนื่องจากเกาะสมุยมีหาดทรายและน้ำทะเลที่สวยงามแตกต่างจากทะเลแถบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 147) ที่พบว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวด้านกายภาพและด้านวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมการลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วน ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการ

เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 120) ที่พบว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความเป็นธรรมชาติ เช่น ชาดหาด เกาะ น้ำตก มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยจูงใจด้านความสนุกสนานและความ บันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น และเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมการลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่นและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดอื่นๆ ให้เที่ยวอีกมาก

ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยในเกาะสมุยด้านความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก พบว่าด้านความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ส่วนปัจจัยจูงใจเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวส์ เรือ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก เนื่องจากยังมีสิ่งดึงดูดที่น่าสนใจให้กลับมาท่องเที่ยวอีก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 121) ที่พบว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร ด้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรอีก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี สามารถรวบรวมแนวคิดจากข้อมูลวิจัย มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจ ในด้านการอำนวยความสะดวกของสถานที่ เช่น สถานที่จอดรถ ร้านขายของที่ระลึกและของฝาก และความสะอาดบริเวณหินตาหินยาย การจัดระเบียบพื้นที่เข้าไปสักการะพระพุทธรูปใหญ่ และนำเสนอการแสดงแปลกใหม่ที่ศูนย์ลิงสมุย เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด คือ หินตาหินยาย สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม คือ พระใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ คือ ศูนย์ลิงสมุย

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์บริการการท่องเที่ยวเกาะสมุย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สารคดีทางทีวี การจัดโปรแกรมทัวส์ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในท้องถิ่นอื่นได้รู้จักเกาะสมุย และเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย ประเภทสื่อบุคคลมากที่สุดจากเพื่อน และประเภทสื่อมวลชนจาก นิตยสาร

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบ ควรช่วยกันในเรื่องการดูแลสถานที่ท่องเที่ยวให้ความสวยงามเคียงคู่เกาะสมุยเพื่อเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวมากขึ้น จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจมากที่สุด คือความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล ซึ่งเป็นจุดเด่นของเกาะสมุย

4. นำเสนอความโดดเด่นและความเก่าแก่ของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒธรรมให้ประจักษ์แก่สายตานักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวให้สนใจและให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความดึงดูดใจด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผู้ประกอบการด้านที่พัก และร้านอาหาร ควรปรับปรุงสถานที่ในด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความสะดวกสบาย และมีบริการที่พักให้เหมาะสมกับค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้การท่องเที่ยวเกาะสมุยเป็นการท่องเที่ยวที่ประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/มาท่องเที่ยว

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงการบริการในเรื่องการเดินทางสู่เกาะสมุย เช่น การเพิ่มเที่ยวเรือที่ให้บริการในช่วงเทศกาล หรือเปิดประมูลให้มีการสร้างท่าเรือขึ้นมาใหม่ เพื่อให้การเดินทางมาเกาะสมุยเป็นการเดินทางที่ง่าย สะดวกและประหยัด จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยนำรถยนต์ส่วนตัวมา และเดินทางมาในวันหยุดหลายสัปดาห์และวันหยุดตามเทศกาลมาก ทำให้ช่วงเวลาดังกล่าวการรอคิวสำหรับลงเรือเพื่อข้ามฝั่งต้องใช้เวลานานมาก ทำให้เป็นที่เบื่อหน่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาไกล

7. ควรรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและท่องเที่ยวเกาะสมุยให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เศรษฐกิจของเกาะสมุยดีขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีน้อย

8. การจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ บนเกาะสมุยให้ยิ่งใหญ่และน่าสนใจมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีอายุ 45 – 54 ปี และมีอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุยน้อยที่สุด

9. ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวพิเศษสำหรับครอบครัว เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่มาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว ได้แก่ กิจกรรมดำน้ำดูปะการังท่องเที่ยวหมู่เกาะ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

10. เผยแพร่ความโดดเด่นและความแตกต่างของเกาะสมุย ที่ไม่มีในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนท่องเที่ยวเกาะสมุยนานๆ ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่ากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

11. จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะสมุยในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยได้บ่อยๆ ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง น้อยกว่ากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

12. จัดบริการทัวส์ราคาถูกสู่สมุย เช่น มี Low Cost Airline เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีธุรกิจส่วนตัวซึ่งมีรายได้สูงจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่นๆ

13. เพิ่มเติมและปรับปรุงสถานที่ต่างๆ เช่น สปา ศูนย์ออกกำลังกาย สถานเสริมความงาม บริการอินเตอร์เน็ตไว้รองรับลูกค้าเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 – 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ10,000 บาท

14. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุยบริเวณอื่นๆ เช่น อ่าวตลิ่งงาม หาดเชิงมน หาดบางรักษ์ หาดบ่อผุด หาดแม่น้ำ หาดนาเทียน ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและสนใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดเป็นหาดต่างๆ เช่น หาดเฉวง หาดละไม

ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของสถานประกอบการ ที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อสถานประกอบดังกล่าวจะได้มีการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ รวมทั้งการให้บริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการไปท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อสถานประกอบการเองในการได้รับผลตอบแทนมากขึ้น โดยเน้นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชบัญชา. (2548). ***สถิติสำหรับงานวิจัย***. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

_____. (2548). ***การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล***. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสารจำกัด.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2531). ***การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว***. กรุงเทพฯ: คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

_____. (2542). ***การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว***. กรุงเทพฯ: คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชุดา จิตพิทักษ์. (2525). ***พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น***. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท สารมวลชน จำกัด.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2537). ***เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย***. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.

ตุ้ย ชุมสาย, มล. (2527). ***ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว***. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2537). ***พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด***. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช.

นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). ***ระเบียบวิธีวิจัย***. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิคม จารุมณี. (2536). ***การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว***. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์

บุญชม ศรีสะอาด. (2538). ***วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย***. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีรยาสาส์น.

รังรอง งามศิริ. (2546). คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี. ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต (http//:www.snow.prohosting.com/rungrong/beh/beh011.htm)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). ***การบริหารการตลาดยุคใหม่***. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

_____. (2548). ***การวิจัยธุรกิจ***. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด

ศุภร เสรีรัตน์. (2540). ***พฤติกรรมผู้บริโภค***. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช.

สิริอร ทองมัง. (2547). ***ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี***. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. (2548). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร***. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แสงเดือน สอนเจริญ. (2548). ***ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย***. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารีย์ วรเวชธนกุล. (2548). ***ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม***. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัฒฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Managemen*. 9th ed. Singapore: Prentice Hall.

Cronbach, Lee Joseph. (1971). *Essentials of Psychological Testing*. 3th Edition. New York: Haper & Row.

ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว ททท.เกาะสมุย. ขอข้อมูลถ่ายเอกสาร

Website

http://www.thai-tour.com/thai-tour/South/Suratthani/data/place/koh-samui/travel.html

http://www.hamanan.com/tour/suratthani/kohsamui.html

http://www.thaiways.net/beach/beach009.html

http://www2.suratthani.go.th/

http://www.tat.or.th/province.asp?prov_id=84

http://www1.rbac.ac.th/filesdownload/nites/p05.html

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดที่ ☐☐☐

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจ และศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการวิจัยเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามชุดนี้มี 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❒ ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว สำหรับเจ้าหน้าที่

1. เพศ

❒ 1.1 ชาย ❒ 1.2 หญิง ☐

2. อายุ

❒ 2.1 ต่ำกว่า 25 ปี ❒ 2.2 25 - 34 ปี

❒ 2.3 35 - 44 ปี ❒ 2.4 45 – 54 ปี ☐

❒ 2.5 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

❒ 3.1 โสด ❒ 3.2 หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย ☐

❒ 3.3 สมรส/อยู่ด้วยกัน

4. ระดับการศึกษา

❒ 4.1 ประถมศึกษา ❒ 4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

❒ 4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ❒ 4.4 อนุปริญญา หรือ ปวส. ☐

❒ 4.5 ปริญญาตรี ❒ 4.6 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

❒ 5.1 นักเรียน หรือ นิสิตนักศึกษา ❒ 5.2 รับราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ

❒ 5.3 พนักงานบริษัทเอกชน ❒ 5.4 ธุรกิจส่วนตัว ☐

❒ 5.5 ค้าขาย ❒ 5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ .....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

❒ 6.1 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐

❒ 6.2 10,001 – 20,000 บาท

❒ 6.3 20,001 – 30,000 บาท

❒ 6.4 30,001 – 40,000 บาท

❒ 6.5 40,001 – 50,000 บาท

❒ 6.6 สูงกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

7. ท่านเคยไปแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุหรือไม่ และท่านมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสถานที่ดังกล่าวต่อไปนี้อย่างไร

แหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับเจ้าหน้าที่
	พึงพอใจอย่างมาก	พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่พึงพอใจ	พึงพอใจน้อยที่สุด	
สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะสมุย						
7.1 หาดเฉวง						
7.2 หาดละไม						
7.3 น้ำตกหน้าเมือง						
7.4 หินตา หินยาย						
สถานที่ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมเกาะสมุย						
7.5 พระพุทธรูปใหญ่ (พระใหญ่)						
7.6 เจดีย์แหลมสอ						
7.7 พระธาตุศิลาง						
สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆเกาะสมุย						
7.8 ศูนย์ลิงสมุย						
7.9 สวนผีเสื้อสมุย						
7.10 ฟาร์มงู						

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

8. โปรดระบุสื่อที่ท่านได้รับทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประเภทสื่อ	ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย	
สื่อบุคคล						
8.1 ไกด์						
8.2 เพื่อน						
8.3 พ่อแม่ / ญาติพี่น้อง						
8.4 แฟน / คนรัก						
สื่อมวลชน						
8.5 องค์กรท่องเที่ยว						
8.6 แผ่นพับ / ใบปลิว						
8.7 นิตยสาร						
8.8 อินเตอร์เน็ต						

ส่วนที่ 4 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

9. ต่อไปนี้เป็นคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจให้ท่านตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โปรดประเมินข้อความต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยจูงใจ ในการท่องเที่ยวเกาะสมุย	ระดับการจูงใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย	
เพื่อความสนุกและความบันเทิง						
เพื่อไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป						
เพื่อหลีกเลี่ยงจากเหตุการณ์ปกติประจำวัน						
เพื่อค้นหาสิ่งที่ทำให้เกิดความเร้าใจและตื่นเต้น						
เพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน						
ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล						
ความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก						
ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม						
การลิ้มรสอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น						
การขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวร์ เรือ						

ส่วนที่ 5แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

10. วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีในครั้งนี้

.....(1) มาพักผ่อน / ท่องเที่ยว .....(2) มาติดต่อธุรกิจ /ประชุมสัมมนา

.....(3) มาทัศนะศึกษา .....(4) มาเยี่ยมญาติ

11. ท่านมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้ท่านมากับใคร

.....(1) มาคนเดียว .....(2) มากับเพื่อน

.....(3) มากับครอบครัว .....(4) มากับแฟน / คู่รัก

12. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีในครั้งนี้

.....(1) เครื่องบิน .....(2) รถยนต์ส่วนตัว

.....(3) รถบริษัทนำเที่ยว .....(4) รถโดยสารประจำทาง

13. ท่านใช้เวลาช่วงใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีในครั้งนี้

.....(1) วันธรรมดา .....(2) วันหยุดปลายสัปดาห์

.....(3) วันหยุดตามเทศกาล .....(4) วันลาพักร้อนประจำปี

14. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้ จำนวน.....วัน

15. ค่าใช้จ่ายของที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีครั้งนี้.....บาท

16. ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานีรวมครั้งนี้ด้วยจำนวน.....ครั้ง

17. ท่านตั้งใจจะมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกหรือไม่

มาอีกแน่นอน |.....|.....|.....|.....|.....| ไม่มาอีกแน่นอน

5 4 3 2 1

*******ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ *******

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ร.ศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์	กรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผศ.ดร. ณักษ์ กุลิสร์	รองกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวจรรยา วาหลวง
วันเดือนปีเกิด	27 ตุลาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	209/159 ซอยพงษ์เพชรพัฒนา 2 ถ.งามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม. 10210
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ซีพีพีซี เดคคอร์เรทีฟ โปรดักส์ จำกัด เลขที่ 313 C.P. Tower แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2538	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ป.ว.ช) สาขาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี
พ.ศ. 2542	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ป.ว.ส) สาขาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี
พ.ศ. 2545	บัญชีบัณฑิต (บช.บ.) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2550	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ