

**พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป
ในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ***
**Behavior and Motivation of European Tourists to Visit
Samet Island, Rayong Province**

ชนิตา ขวัญทอง และกัลยา สว่างคง

Chanita Khwanthong and Kanlaya Swangkong

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

Corresponding Author, Email: chanita.k989@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตนเองและใช้แบบสอบถามออนไลน์กับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เคยมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ t-test One-Way ANOVA และ Factor Analysis

ผลการวิจัยพบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด โดยเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1-3 วัน เคยเดินทางมาเกาะเสม็ด 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันในการมาเที่ยว 7,501-10,000 บาท ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทาง ต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอีกครั้ง โดยได้รับ

* ได้รับความเห็นชอบ: 3 กันยายน 2563; แก้ไขบทความ: 8 พฤศจิกายน 2563; ตอรับตีพิมพ์: 13 พฤศจิกายน 2563



ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจากอินเทอร์เน็ต และกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ด ที่อยากทำมากที่สุดคือ นั่งเรือชมรอบเกาะ โดยปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีประเด็นความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) และพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา แตกต่างกัน และมีแรงจูงใจการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่บ่งบอกลักษณะของบุคคล ส่วนพฤติกรรมเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนันทนาการและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยองในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

คำสำคัญ: พฤติกรรม; แรงจูงใจ; นักท่องเที่ยวชาวยุโรป; เกาะเสม็ด; จังหวัดระยอง

Abstract

The objectives of this research article were to study 1) behavior of European tourists traveling to Samet Island, Rayong Province and 2) Motivation of European tourists to visit Samet Island. Collect data from give questionnaires in area and online questionnaires from 400 European tourists visit Samet Island. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, test and ANOVA.

The research found that: the European tourists behavior towards travel with their families/relatives/ couples, take the time to travel 1-3 days, have traveled Samet Island once, the average cost per day is 7,501-10,000 baht, use the travel agency service and want to come back Samet Island again. Get information



about Samet Island tourist from internet and popular of tourist activities are take a boat around Samet Island. The personal factors with different genders, ages, education, occupation, incomes and domicile was statistically significant relationship with tourism behavior at the .05 level.

The motivation of European tourists found that high overall (mean 4.18). The highest above of motivation are variety of tourist activities (mean 4.38). The personal factors with different ages, education, occupation, income, and domicile motivation in Samet Island at no difference because personal factors are characteristics of person but behavior is variable affects to motivation of traveling. Results of this research will benefit tourism and tourism and Sports of Rayong to improve and develop businesses to meet the needs of foreign tourists who want to travel to Samet Island.

Keywords: behavior; motivation; european tourists; Samet Island; Rayong Province

1. บทนำ

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น ถือเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยว จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจสามารถสร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชน ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น (ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ และสุภาภรณ์ ภิญโญฉัตรจินดา, 2560)

การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีได้ถูกนำไปพัฒนาระบบสาธารณูปโภคภายในประเทศโดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละประเทศนั้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



จึงถือว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ แต่กลับให้ผลตอบแทนที่สูงมาก จึงทำให้แต่ละประเทศหันมาให้ความสนใจส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น การสร้างถนน ระบบไฟฟ้า ประปา เป็นต้น นอกจากนั้นยังเป็นการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และสร้างจิตสำนึกในการรักและหวงแหนบ้านเกิดอย่างยั่งยืน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟู และพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมในด้านคุณภาพการแข่งขัน รวมทั้งเพื่อเร่งรัดให้เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน และจากการดำเนินการที่ผ่านมาในปี พ.ศ.2562 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวไทยมากกว่า 160 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 1.80 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ ยังสร้างรายได้ให้แก่ภาคตะวันออกถึง 19,382 ล้านบาท ซึ่งจังหวัดที่ทำรายได้จากการท่องเที่ยวทางชายฝั่งทะเลตะวันออกสูงสุด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี มีรายได้ถึง 13,825 ล้านบาท รองลงมาคือ จังหวัดระยอง มีรายได้ถึง 2,478 ล้านบาท จังหวัดตราด มีรายได้ 1,166 ล้านบาท และจังหวัดจันทบุรี มีรายได้ 523 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จังหวัดระยองตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทยและมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสูงมีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวทั้ง หาดทราย ทะเล เกาะต่างๆ ภูเขา น้ำตก สวนผลไม้ รวมทั้งอาหารทะเลที่สด สะอาด มีชายหาดยาวกว่า 100 กิโลเมตร มีเกาะเสม็ดที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ในปี 2560 ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวนนักท่องเที่ยว 7,319,489 คน แบ่งเป็นชาวไทย จำนวน 6,792,732 คน ชาวต่างประเทศ จำนวน 527,216 คน ทำรายได้กว่า 33,811.36 ล้านบาท นักท่องเที่ยวต่างชาติคือ จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี และสหราชอาณาจักร (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง, 2562) เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 10 จังหวัดชายฝั่งทะเลที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสูงสุดของประเทศไทย เกาะเสม็ดเป็นเกาะในตำบลเพ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและต่างประเทศ มีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยม เชื่อกันว่าเป็นเกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณีของสุนทรภู่ (สำนักงานจังหวัดระยอง, 2562) มีหาดทรายขาวละเอียดอยู่ทั่วไป มีแหล่งปะการัง แหล่งตกปลา จึงทำให้เกาะเสม็ดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงบริการด้านอื่น ๆ สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร และ



ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์ภาพรวมของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปที่เดินทางเข้าประเทศไทยในปี 2562 มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 6,765,326 คน อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 3.86 เมื่อเทียบกับปี 2561 โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สหพันธรัฐรัสเซีย จำนวน 1,472,789 คน สหราชอาณาจักร จำนวน 986,854 คน และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี จำนวน 886,523 คน และ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จากตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับจังหวัดระยองเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญ นอกจากความงดงามของธรรมชาติแล้ว ยังเป็นแหล่งผลิตอาหารทะเลที่สำคัญ เป็นแหล่งปลูกผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะเงาะ ทุเรียน มังคุด และ ยังเป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งตะวันออกซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระยองที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติคือ เกาะเสม็ดซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทะเล โดยมีอ่าวต่าง ๆ บนเกาะเสม็ดมากมาย ได้แก่ อ่าวกลาง หาดทรายแก้ว อ่าววงเดือน อ่าวพร้าว อ่าวปะการัง เป็นต้น จากความสำคัญที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น อีกทั้งหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ปรับกลยุทธ์ และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง



3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ในปี พ.ศ. 2562 เป็นจำนวน 44,614 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ชาวเยอรมนี และชาวรัสเซีย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง อย่างน้อย 1 ครั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้ง 3 สัญชาตินี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดในปี 2562 โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรยามานะ (อัครวิน แสงพิกุล, 2556) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ เรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว และตอบได้หลายคำตอบในบางข้อ มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ตอนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้แก่ แรงจูงใจปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีจำนวนทั้งสิ้น 23 ข้อ

โดยมีแนวทางของการใช้สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง



2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกัน

3. การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.2 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรม และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เพื่อขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งมีการตรวจและแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) (อรพินทร์ ชูชม, 2552) ได้เท่ากับ 0.702 แล้วนำข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.66 มาสร้างแบบสอบถามฉบับทดลองใช้ (Try Out)

3.4 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน มา ตรวจสอบให้คะแนนและหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้เท่ากับ 0.81 ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้ถือว่ามีความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามออนไลน์ในเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2563 โดยแชร์ลิงค์ผ่าน Facebook Group, Facebook fanpage, openchat, e-mail และเว็บไซต์พันทิป นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตนเองในจังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2563 และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด ตามเป้าหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้



4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รายงานวิจัย ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี ภูมิลำเนา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยการหาค่าร้อยละ และค่าความถี่

5.2 การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยใช้ Factor Analysis เพื่อสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี แวริแมกซ์ (Varimax Method) และใช้เกณฑ์การกำหนดจำนวนองค์ประกอบจาก ค่า Eigen Value มากกว่า 1 ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมมากกว่า 60% และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 0.3

5.4 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ (X2 Test)

5.5 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยใช้ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

4. สรุปผลการวิจัย

1. จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเพศหญิง ร้อยละ 53.3 และเพศชาย ร้อยละ 46.8 มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ร้อยละ 38.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 41.0 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 46.0 มีรายได้ 30,001-40,000 ยูโร และมีภูมิลำเนาในสหราชอาณาจักร ร้อยละ 39.0 สหพันธรัฐรัสเซีย ร้อยละ 37.8 และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ร้อยละ 23.3

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว ญาติ คู่รัก



ร้อยละ 49.5 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 1-3 วัน ร้อยละ 47.3 เคยเดินทางมาเกาะเสม็ด 1 ครั้ง ร้อยละ 49.8 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันในการเที่ยวเกาะเสม็ด 7,501-10,000 บาท ร้อยละ 32.0 ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางร้อยละ 52.8 ต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ร้อยละ 49.3 โดยรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 35.0 และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดคือ นั่งเรือชมรอบเกาะ ร้อยละ 23.8

3. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีความเห็นว่าความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา คือ เพื่อพักผ่อนวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความสะอาดของน้ำทะเลเป็นอันดับสุดท้าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	Mean	S.D.	การแปลผล
1. เพื่อพักผ่อนวันหยุด	4.36	.698	มากที่สุด
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน	4.23	.728	มากที่สุด
3. เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับครอบครัว/คนรัก/ เพื่อน	4.23	.746	มากที่สุด
4. เพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง	4.19	.718	มาก
5. เพื่อเพิ่มพูนความรู้	4.24	.711	มากที่สุด
6. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.27	.665	มากที่สุด
7. เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	4.03	.740	มาก
8. เพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ	4.04	.740	มาก
9. เพื่อชื่นชมความสวยงามของทะเล	4.12	.737	มาก
10. เพื่อพบปะผู้คนใหม่ๆ และแตกต่าง	4.02	.739	มาก
11. เพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ	4.04	.781	มาก



แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	Mean	S.D.	การแปลผล
12 ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.10	.733	มาก
13. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.33	.709	มากที่สุด
14. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว	4.38	.682	มากที่สุด
15. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.05	.763	มาก
16. ความสะอาดของหาดทราย	4.01	.749	มาก
17. ความใสของน้ำทะเล	4.06	.730	มาก
18. ความสะอาดของน้ำทะเล	3.99	.741	มาก
19. การให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	4.10	.714	มาก
20. ความสะดวกในการเดินทาง	4.08	.711	มาก
21. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	4.30	.714	มากที่สุด
22. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.40	.660	มากที่สุด
23. ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	4.33	.695	มากที่สุด
24. ความมีมาตรฐานของที่พักร	4.33	.676	มากที่สุด
25.การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.33	.677	มากที่สุด
รวม	4.18	.455	มาก

ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจ โดยใช้ Factor Analysis ซึ่งมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 25 ตัวแปร โดยองค์ประกอบแรงจูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสะอาดของน้ำทะเล ความใสของน้ำทะเล การให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของหาดทราย ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว อันดับที่ 2 คือ ความคุ้มค่าและการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความมีมาตรฐานของที่พักร และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว อันดับที่ 3 คือ พักผ่อนและสัมผัสความแปลกใหม่ ประกอบด้วย เพื่อท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ เพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ เพื่อศึกษา



วัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เพื่อชื่นชมความสวยงามของทะเล และเพื่อพบปะผู้คนใหม่ๆ และแตกต่าง อันดับที่ 4 คือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ และอันดับที่ 5 คือ ร่างกายและเกียรติภูมิ ประกอบด้วย เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน เพื่อใช้เวลาที่มีค่ากับครอบครัว คนรัก เพื่อน เพื่อพักผ่อนวันหยุด และเพื่อความภาคภูมิใจในตนเอง

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

4.1.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลาการท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง โอกาสที่จะกลับมา และการรับทราบข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านโอกาสที่จะกลับมา การรับทราบข้อมูล และกิจกรรมท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลา โอกาสที่จะกลับมา และการรับทราบข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลา โอกาสที่จะกลับมา และการรับทราบข้อมูล และกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.5 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลา รูปแบบการเดินทาง โอกาสที่จะกลับมา การรับทราบข้อมูล และกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.6 ภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลา จำนวนครั้ง ค่าใช้จ่าย และรูปแบบการเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกัน



ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศ (Sig = .867) อายุ (Sig = .102) ระดับการศึกษา (Sig = .975) อาชีพ (Sig = .076) รายได้ (Sig = .666) และภูมิลำเนา (Sig = .095) แตกต่างกัน มีแรงจูงใจการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดไม่แตกต่างกัน

5. อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ/คู่รัก โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอีกครั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อความสวยงามและความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ด ซึ่งสอดคล้องกับ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ที่ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพังงา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง และผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากที่สุด อาจเนื่องมาจากการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ประกอบกับค่าครองชีพของชาวยุโรปสูงจึงมีโอกาสดำเนินค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างแดนได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพทางสังคม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจที่สำคัญมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากการที่แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ได้หลายชนิดในเวลาเดียวกัน เช่น เกาะเสม็ดมีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น อาบแดด เล่นน้ำ เดินเล่น ชายหาด ชมธรรมชาติรอบเกาะ ตกหมึก เป็นต้น ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้น



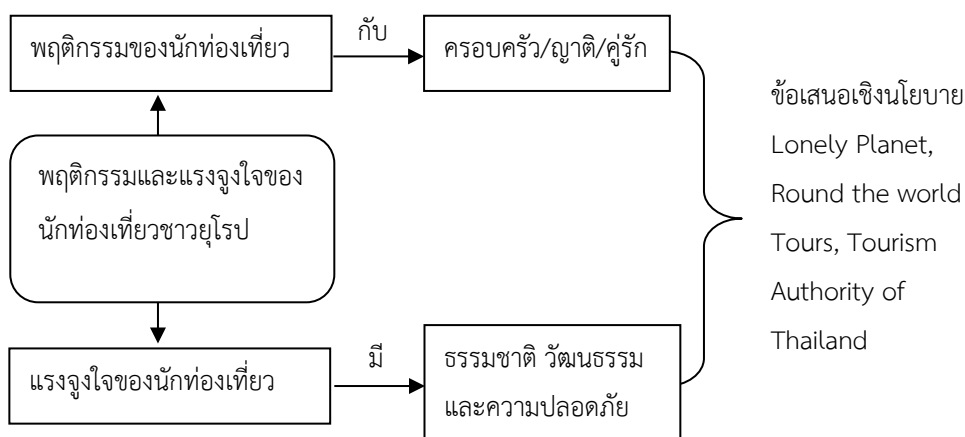
แห่งความต้องการจำเป็นของ Maslow (1970) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเป็นมนุษย์ที่มีความต้องการที่ไม่สิ้นสุดซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจในการหาประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Crompton (1979) ซึ่งได้กล่าวถึงแรงจูงใจเป็นภาวะซ่อนเร้น เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ สรรวจและการประเมินตนเอง พักผ่อน เกียรติภูมิ และการกระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ อัครวิณ แสงพิบูล (2552) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัยและความสะอาด และจากผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิฐานะ แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจการมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องในส่วนของระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่ต่างกันมีแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีข้อสังเกตว่าเพศหญิง มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนทางจิตใจมากกว่าเพศชายซึ่งอาจพบเจอความเบื่อหน่าย เหนื่อยล้า จากการทำงานจึงต้องการออกท่องเที่ยว และตลาดนักท่องเที่ยวสตรีเติบโตอย่างรวดเร็ว และยังพบอีกว่า ช่วงอายุ 45-54 ปี มีค่าคะแนนเฉลี่ย สูงกว่าช่วงอายุอื่น ๆ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลาย มีเวลาในการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ได้มากกว่ากลุ่มอื่น ไม่ต้องห่วงค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมาก มีเงินเก็บในธนาคารสามารถแบ่งมาท่องเที่ยวได้ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะในประเทศสหพันธรัฐรัสเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจสูงกว่าภูมิฐานะอื่น ๆ อาจเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศรัสเซียที่เอื้ออำนวยจากการส่งออกน้ำมัน ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรัสเซียนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศรัสเซียเป็นตลาดท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง และสามารถ



ขายโปรแกรมท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี การเดินทางระหว่างรัสเซียและไทยที่สะดวกขึ้น และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดรัสเซียอย่างจริงจัง มีการเดินทางไปโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังเมืองสำคัญในรัสเซียเพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยว

6. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นผลประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดและสามารถสรุปภาพรวมดังแผนภาพที่ 1 ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 สรุปองค์ความรู้จากการวิจัย

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 เชิงนโยบาย

1.1.1 จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจากเว็บไซต์ Lonely Planet, Round the World Tours, Tourism Authority of Thailand เป็นต้น



ดังนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดระยองควรกำหนดแผนการพัฒนา ปรับปรุง เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความทันสมัย น่าสนใจ และมีข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยว และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

1.1.2 จากผลการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า ความสะอาดของน้ำทะเลอยู่ในระดับน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เช่น สำนักงานท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ เทศบาลเกาะเสม็ด ควรมีมาตรการการควบคุม ดูแล การทิ้งขยะ จัดให้มีถังขยะตามจุดต่าง ๆ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอมีมาตรการลงโทษที่เข้มงวดในการทิ้งขยะลงทะเล และควรมีการจัดกิจกรรมช่วยกันทำความสะอาดบริเวณริมชายหาด สร้างจิตสำนึกรักษาสีสิ่งแวดล้อมให้แก่เจ้าบ้านเพื่อช่วยเป็นหูเป็นตาในการช่วยสอดส่องดูแลแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน กำหนดสัปดาห์ Big Cleaning Day เกาะเสม็ดอย่างต่อเนื่อง โดยขอความร่วมมือจากประชาชนและจิตอาสา เพื่อรักษาความสะอาด และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สัตว์ทะเลไม่ให้สูญพันธุ์

1.2 เจริญกิจ

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมนั่งเรือชมรอบเกาะ เพราะมีความเป็นธรรมชาติ สวยงาม ดังนั้น ผู้ประกอบการให้บริการเช่าเรือควรให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย จัดอบรมพนักงานขับเรือให้คำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและทราบถึงหลักการช่วยชีวิตในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมมาตรฐานราคาการให้บริการเช่าเรือให้มีความยุติธรรม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีคฤศเทศก์แนะนำในขณะนั่งเรือชมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความสวยงาม ความเป็นมาของเกาะเสม็ดที่สำคัญและน่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การบอกต่อและการกลับมาเยือนซ้ำ อันจะสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแคว้นวิปอื่น ๆ ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษา มาประกอบการดำเนินกลยุทธ์ในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่อไป

2.2 ควรศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดระยองที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก https://www.mots.go.th/more_news
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ และ สุภากร ภิโยชญ์จิณดา. (2560). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหาร กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมบางชันลาดกระบัง สมุทรสาคร บางพลี และบางปู. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ), 10(3), 717-718.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพังงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานจังหวัดระยอง. (2562). ข้อมูลท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก <http://123.242.173.8/v2/index.php?option=com>
- อรพินทร์ ชูชม. (2552). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- _____. (2552). การวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



อุมพร บุญเพชรแก้ว, อีระพงษ์ พลธานี, กมลวรรณ อยู่คำ, ปลิดา ฐัวัชรปกรณ์, ปิยะวรรณ มาก่อเกียรติ, ยุธิกา ด้านภู่งศ์ และ อติติยา ตรีภดี. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ)*. 11(3), 2686-2703.

Crompton, J.L., (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. (Vol. 2). New York: Harpers and Row.