

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

นางสาวนภัชลักษณ์ เอ็มโคกสูง



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2563

**Factors Affecting Tourist Behavior of Thai Tourists in Chonburi
Province**

Miss Napaschaluk Amekokesung


An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2019


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ บัณฑิตที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดชลบุรี
ชื่อและนามสกุล นางสาวนภัสชลักษณ์ เอ็มโคกสูง
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดชลบุรี

ผู้ศึกษา นางสาว นกษัตถ์กษณ์ เอ็มโคกสูง **รหัสนักศึกษา** 2623000136 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล **ปีการศึกษา** 2563

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (2) ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี และ (3) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงแบบท การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 33 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ และการบริการ ตามลำดับ (3) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 42 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง และแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดชลบุรี

Independent Study Title: Factors Affecting Tourist Behavior of Thai Tourists in Chonburi Province

Author: Miss Napaschaluk Amekokesung; **ID:** 2623000136; **Degree:** Master of Business Administration **Independent Study advisor:** Assoc. Prof. Dr. Ranee Esichaikul, **Academic Year:** 2020

Abstract

The objectives of this study were (1) to study tourist behavior of Thai tourists in Chonburi Province, classified by personal factors; (2) to study attraction factors affecting tourist behavior of Thai tourists in Chonburi province; and (3) to study travel motivation affecting tourist behavior of Thai tourists in Chonburi province.

This study was a survey research. The population was Thai tourists who have traveled to Chonburi Province. The determined sample size used in this study was 400 samples. A questionnaire was used as an instrument for data collection. Statistics employed for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-Test, One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The results showed that: (1) Thai tourists with different personal factors of age, status, occupation and income showed tourist behavior differently in Chonburi Province at statistically significant level of 0.05. (2) Attraction factors by attraction type, accessibility, amenities, and ancillary services affected tourist behavior of Thai tourists in Chonburi Province at statistically significant level of 0.05. This predicts tourist behavior of Thai tourists in Chonburi Province at 33%. When considering the independent variables that have the best power to predict changes in tourism behavior, they are accessibility, amenities, attraction type, and ancillary services respectively. (3) Travel motivation by physical motivation, cultural motivation, interpersonal motivation and status and reputation motivation affected tourist behavior of Thai tourists in Chonburi Province at statistically significant level of 0.05. This predicts tourist behavior of Thai tourists in Chonburi Province at 42%. When considering the independent variables that have the best power to predict changes in tourism behavior, they are physical motivation, status and reputation motivation, and cultural motivation respectively.

Keywords: Tourist Behavior, Thai Tourist, Chonburi Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี จาก รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อิติชัยกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ กรรมการสอบ ผู้ซึ่งให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจทานแก้ไข ข้อบกพร่อง จนการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่าง สูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่ได้ให้ชีวิต และเป็นกำลังใจในการศึกษาเสมอ

ขอขอบคุณครอบครัว ที่คอยอยู่เคียงข้าง และคอยสนับสนุนข้อมูล ขอขอบคุณกำลังใจ จากเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 19 และขอขอบคุณทุกท่าน ที่ไม่ได้ กล่าวถึงในที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ สำหรับผู้สนใจศึกษา หากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษากราบ ขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นภัสชลักษณ์ เอ็มโคกสูง

กันยายน 2564



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการศึกษา	3
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
สมมติฐานการวิจัย	3
กรอบแนวคิด	4
ขอบเขตที่จะศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	12
ส่วนแบ่งตลาดด้านประชากรศาสตร์	15
ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชลบุรี	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	35
การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	40
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	40
ตอนที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี	42
ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	45
ตอนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	48
ตอนที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	50
ตอนที่ 6 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	55
ตอนที่ 7 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	58
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการศึกษา	61
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	69
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	75
ภาคผนวก ก ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	76
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	80
ประวัติผู้วิจัย	85

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล.....	41
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม.....	42
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	43
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	43
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	44
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ.....	45
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม.....	46
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางกายภาพ.....	46
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางวัฒนธรรม.....	47
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจระหว่างบุคคล.....	47
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจ ทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง.....	48
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี.....	48
ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ.....	50
ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีกับอายุ.....	51
ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ.....	51
ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีกับสถานภาพ.....	52
ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	52
ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีกับอาชีพ.....	53
ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้.....	54
ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรีกับรายได้.....	54
ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	55
ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	56
ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	56
ตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	58

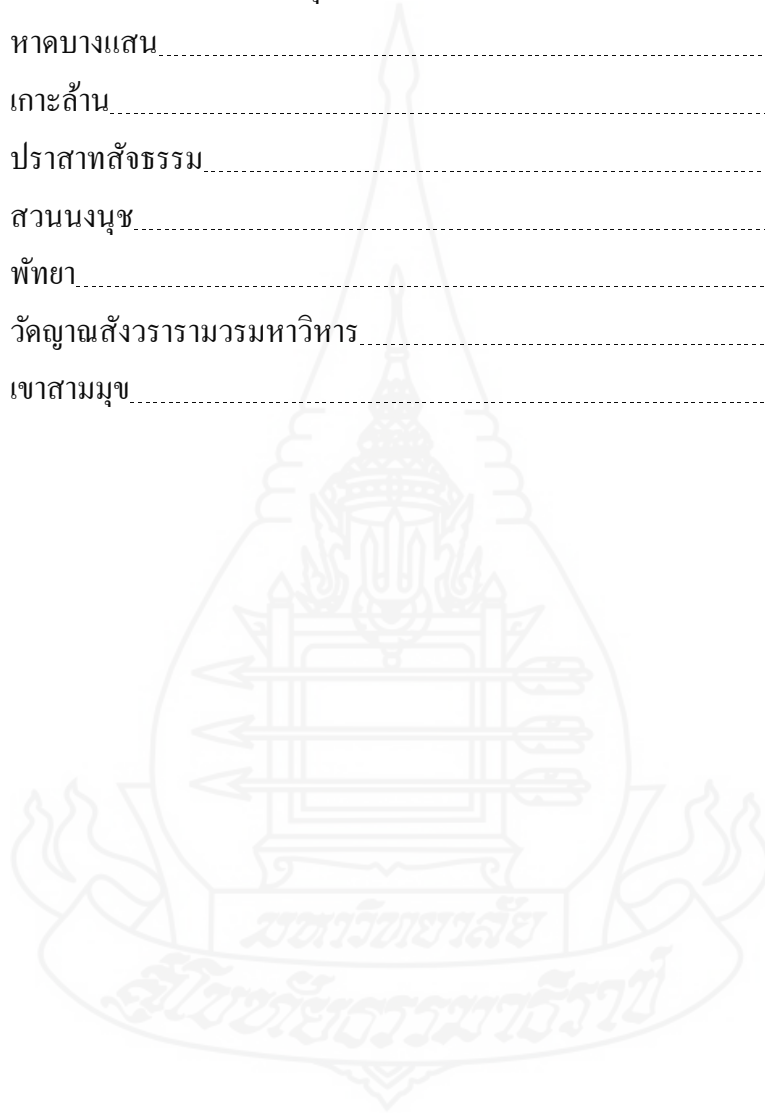
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	58
ตารางที่ 4.27 ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี.....	59



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษา.....	4
ภาพที่ 2.1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี.....	20
ภาพที่ 2.2 หาดบางแสน.....	25
ภาพที่ 2.3 เกาะล้าน.....	26
ภาพที่ 2.4 ปราสาทสังขรรม.....	26
ภาพที่ 2.5 สวนนงนุช.....	27
ภาพที่ 2.6 พัทยา.....	28
ภาพที่ 2.7 วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร.....	29
ภาพที่ 2.8 เขาสามมุก.....	30



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นที่มาของแหล่งรายได้อันดับต้น ๆ ของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดการลงทุนหลายภาคส่วน ซึ่งจะเห็นได้จากการเติบโตและขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และเกิดธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย ที่นับวันมีการขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ก็สืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเสน่ห์และมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านอาหารและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายผสมผสานอย่างลงตัว มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องและมีพื้นที่รองรับ การท่องเที่ยวหลากหลาย นอกจากประเทศไทย จะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว นักท่องเที่ยวในประเทศไทยเองยังมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการที่รัฐบาลสนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงรัฐบาลพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว ทั้งนี้หากพิจารณาจากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย หรือที่เรียกว่า ผู้เยี่ยมเยือน ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ในช่วงปี 2559 – 2562 นั้นจากที่มีจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 200.9 ล้านคน/ครั้ง ในปี 2559 เป็นจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 227.8 ล้านคน/ครั้งในปี 2562 ขณะที่สร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจในประเทศ เพิ่มขึ้นจาก 8.87 แสนล้านบาทในปี 2559 เป็น 10.83 แสนล้านบาทในปี 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จังหวัดชลบุรีถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และเป็นจังหวัดในกลุ่มพื้นที่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญในการพัฒนา ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีตั้งอยู่ติดทะเล และมีชายฝั่งทอดยาวถึง 160 กิโลเมตร ส่งผลให้มีอากาศเย็นสบายตลอดปี ฤดูร้อนไม่ร้อนจัด ฤดูหนาวอากาศไม่ถึงกับแห้งแล้งมากนัก เพราะยังมีฝนตกอย่างชุ่มฉ่ำ และได้รับการยอมรับว่าเป็นจังหวัดที่มีอากาศดีมากที่สุดจังหวัดหนึ่ง ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลูกคลื่นและเนินเขา ที่ราบชายฝั่งทะเล ที่ราบลุ่มแม่น้ำบางปะกง พื้นที่สูงชันและภูเขา รวมถึงเกาะน้อยใหญ่อีกมากมาย ชลบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 80 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ คือ อำเภอเมืองชลบุรี หนองใหญ่ พนัสนิคม บ้านบึง

พานทอง ป่อทอง ศรีราชา บางละมุง สัตหีบ เกาะสีชัง และเกาะจันทร์ สำหรับพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการบริหารปกครองท้องถิ่นแบบพิเศษ เรียกว่า เมืองพัทยา โดยแยกออกจากการปกครองของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและความหลากหลายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า มีความโดดเด่นที่คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังคงรักษาขนบธรรมเนียม และประเพณีอันดีงามเอาไว้ได้อย่างเหนียวแน่น สะท้อนออกมาในรูปแบบงานเทศกาลประจำปี เช่น งานเครื่องจักสานพนัสนิคม งานประเพณีวันไหล (งานก่อพระทรายวันไหล) ในช่วงหลังวันสงกรานต์ งานประเพณีกองข้าว งานประเพณีวิ่งควายอันคึกคักสนุกสนาน เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นประจักษ์ถึงเอกลักษณ์ความโดดเด่นของจังหวัดชลบุรีได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะหาดบางแสน เกาะล้าน และพัทยา จากทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ต่างก็เดินทางเข้ามาสัมผัสความสวยงามของชายทะเลตะวันออกอันมีมนต์เสน่ห์แห่งนี้ นอกจากชายทะเลที่สวยงามแล้ว จังหวัดชลบุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย และสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทุกวัน เช่น สวนนงนุชพัทยา สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ปราสาทสัจธรรม สวนน้ำรามายณะ เขาชีจรรย์ รวมไปถึงไร่ร้อนซิลเวอร์เลค จากกระแสที่ได้รับความนิยมและความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยวนี้เอง จึงทำให้จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง (ศิวพร มีนาภา, 2561) โดยปี 2560 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 10,000,914 คน ปี 2561 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 13,812,345 คน ปี 2562 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 14,856,510 คน และปี 2563 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 15,521,103 คน (สำนักงานจังหวัดชลบุรี, 2563)

อย่างไรก็ดี การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความหลากหลาย มีความแตกต่างทั้งช่วงอายุ ความชอบ และงบประมาณ ทำให้บางแหล่งท่องเที่ยว คนในวัยเด็กเกิดความประทับใจ แต่ไม่ประทับใจสำหรับคนวัยผู้ใหญ่ หรือบางแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสำหรับวัยผู้ใหญ่ แต่ไม่เหมาะสำหรับเด็ก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่สามารถตอบ โจทย์ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทั้งหมด

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการศึกษาหาแนวทางส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ถูกกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงด้านการจัดการ

การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวที่ถูกกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้นอีกด้วย

2. คำถามการศึกษา

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างไร

2.2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างไร

2.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างไร

3. วัตถุประสงค์การศึกษา

3.1 เพื่อเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

3.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

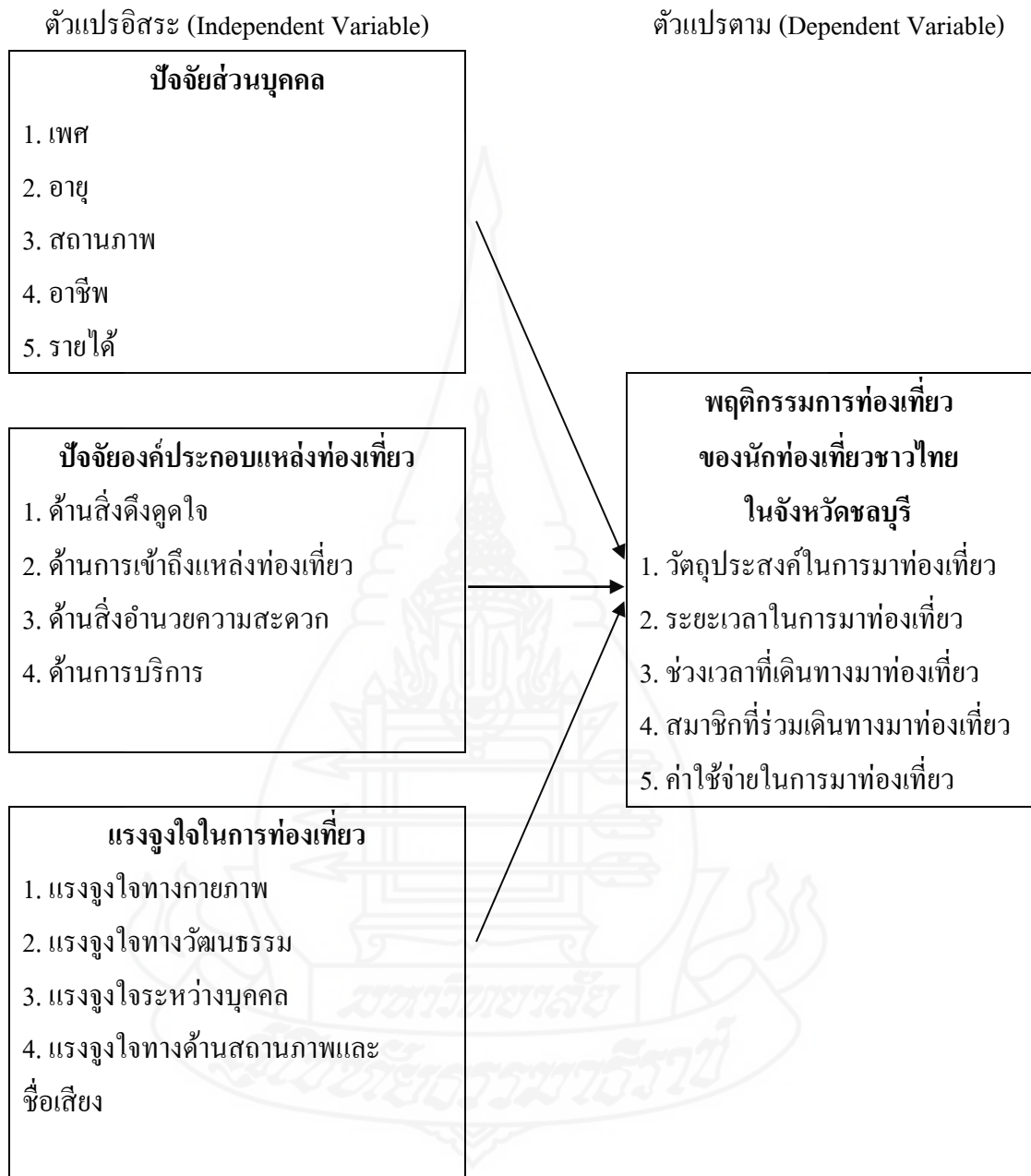
4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

4.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

5. กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษา

6. ขอบเขตที่จะศึกษา

6.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 8,595,647 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้สูตรในการคำนวณ ของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง แต่เมื่อลงรหัสแล้วพบว่าไม่มีตัวอย่างที่สมบูรณ์ จำนวน 342 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

6.2 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ ระหว่างเดือนกันยายน 2563 ถึง เดือนมกราคม 2564

6.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาเนื้อหา ดังนี้

6.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้

6.3.2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ (Cooper, et.al., 1998)

6.3.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (McIntosh & Goeldner, 1986)

6.3.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว

7. คำนิยามศัพท์

7.1 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการบริการ (Ancillary Services)

7.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อทำกิจกรรม ที่ไม่ใช่การทำงานประจำ ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)

7.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ข้อมูลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานหรือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

8.2 ข้อมูลที่ศึกษาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

8.3 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถนำข้อมูลไปศึกษาต่อยอดให้ลึกซึ้งและกว้างขวางต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้เสนอทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
4. ส่วนแบ่งตลาดด้านประชากรศาสตร์
5. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชลบุรี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านพฤติกรรม การบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับ สนใจศึกษาและมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นนั้น เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง

สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยการอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว

(Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมภายในจะสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

สุขุมมาลย์ หนูมาศ (2557) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจ และเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวจะมีอยู่หลาย ๆ ลักษณะที่แตกต่างกันไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

สุกัญญา เจริญศรี (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว ที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจแสดงออกได้หลายรูปแบบ เช่น คำพูด สีหน้า หรือท่าทาง เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัย หรือความต้องการของแต่ละบุคคลที่อาจจะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับในขณะนั้น

2.2 การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Perreault และ Dorden (1979) ได้อธิบายรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง มักแสวงหาการหยุดพักผ่อน หรือท่องเที่ยว ที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยว ที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อน หรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก มักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้น แต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทาง โดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการเดินทางอย่างมาก แต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่าง

วันหยุดสุดสัปดาห์ หรือไม่สนใจการใช้เวลา กับการเล่นกีฬา แต่มักจะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลาที่นานมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย ซึ่งนักท่องเที่ยวแบบปลื้กตัวหาความเพลิดเพลิน เป็นนักท่องเที่ยวที่มองหาแนวทาง เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน

2. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้ สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นของสเปน เป็นต้น

3. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัด คือ ชอบติดต่อกับพูดคุย กับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจ ในชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นนั้น และเรียนรู้การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

4. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยว ที่ต้องการฝั่งตัวเอง หรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เช่น ภูเก็ตหรือเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับ คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ปัจจัยที่จูงใจให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวมี 8 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา จี่ซ้าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยว ใหม่ ๆ เป็นต้น

2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวเอง เป็นการทลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่าง ๆ หรือศาสนาแตกต่างกัน เป็นต้น ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปต้องการเห็นว่าผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร

6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม

7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลก ๆ แตกต่างจากผู้อื่น

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ใช่ว่าเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทาธุรกิจเข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

วีรพร รอดทัศนาศนา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะท่าทาง การกระทำ กิริยาอาการใด ๆ หรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่อปี ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การทำกิจกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ ความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจเกิดจากความชื่นชอบ หรือการเรียนรู้ และการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ตนเอง การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกัน ดังนี้ Cooper & Boniface (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญ ที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยว ควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว
2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยว จะดึงดูดความสนใจได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าถึง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และชวนซึ่งในการเที่ยวชม เช่น ระบบการขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น
4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว จุดแลกเปลี่ยนเงินตรา จุดบริการนักท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปเพิ่มเติมไว้ว่า การที่จะให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใดก็ตาม มักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ดังที่ คูเปอร์ และฮาราวีย์ ได้กล่าวไว้แล้ว คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคม ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตรา และสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

สุทธิ์ ชูชาติ (2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (3As) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจ เกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบาย ที่ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง โดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ของ Cooper & Boniface (1998) ซึ่งได้อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญ ที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As อันประกอบไปด้วย ด้านความดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว และด้านองค์ประกอบของการบริการ ซึ่งมีความครอบคลุมมากกว่า แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว หรือ 3 As อันได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เป็นแนวความคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (4 As) ของ Cooper & Boniface (1998) มีความครอบคลุมและเหมาะสมเพียงพอกับการวิจัยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ตามทรรศนะของตนดังนี้

Uysal & Hagan (1993) ได้นำเสนอถึงปัจจัยซึ่งมีผลต่อการผลักดันให้บุคคลนั้นทำการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าความเข้าใจดังกล่าวนี้เป็นส่วนช่วยให้เกิดจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว และในท้ายที่สุดจะเป็นส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมขึ้นแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างที่จะก่อให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมทางสังคม และพฤติกรรมกรบริโภคที่แตกต่างกันไป

Pizam & Mansfield (1999) กล่าวว่า การศึกษาส่วนใหญ่แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อเวลา สถานที่ และประเภทการท่องเที่ยวใด ๆ ที่ผู้บริโภคปฏิบัติตามการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมาก ซึ่งไปที่สิ่งที่มีอยู่จริง ทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นในงานวิจัยครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นจากความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสาเหตุที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจในการเลือกเดินทางไปยังที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3.2 ประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (Uysal & Hagan, 1993) คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นสิ่งที่ผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจเป็นทัศนคติ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ ความคิดเห็น ความพอใจ การมองเห็นคุณค่า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มักจะยึดติดค่อนข้างถาวร และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ซึ่งแรงจูงใจประเภทนี้เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาสังคม และเกิดจากการหล่อหลอมทางสังคมตั้งแต่วัยเด็ก แรงจูงใจภายในนั้น แบ่งออกเป็นหลายประเภท ตามแต่ละประเภทของสินค้าและบริการ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) แรงจูงใจภายนอก เป็นสิ่งที่ผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดเป็นพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รางวัล คำชม หรือได้รับการยกย่อง เป็นต้น แรงจูงใจนี้ไม่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรม อยากกระทำเมื่อต้องการ บุคคลนั้นจะแสดงออกทางพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อแรงจูงใจดังกล่าว และจะกระทำเมื่อได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งนั้นเท่านั้น เป็นต้น ตัวอย่างของแรงจูงใจภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น พนักงานบริษัททำงานไปวันๆ เพื่อแลกกับค่าตอบแทนเท่านั้น

Swarbrooke & Horner (1991) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ 6 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ปัจจัยส่วนตัว ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนญาติ เพื่อน หรือเพราะเพื่อเอาใจผู้อื่น
2. เพื่อพัฒนาตนเอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาความสามารถ ทักษะ และเพื่อหาความรู้ใหม่

3. ปัจจัยด้านอารมณ์ คือการท่องเที่ยวเพื่อต้องการความรู้สึก เช่น โรแมนติก
ตื่นเต้น ทำทาย สนุกสนาน
4. สถานภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการ ความเด่น สมัยนิยม สังคม
5. วัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ ในแต่ละ
สังคมที่ต่างออกไป
6. กายภาพ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การพักผ่อน เป็นต้น

3.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทฤษฎี Travel Career Ladder (Pearce, 1988 อ้างใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) ซึ่งเปรียบเทียบความต้องการท่องเที่ยว กับความต้องการความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งแต่ละคนเริ่มที่ความต้องการในระดับที่แตกต่างกันไป และเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต ซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากเงินทอง สุขภาพร่างกายและบุคคลอื่น ทฤษฎี Travel Career Ladder กิดขึ้นมาบนพื้นฐานของ ทฤษฎีของ Abraham Maslow คือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ The Hierarchy of Needs โดยขยายความต้องการในแต่ละขั้น แต่ใจความหรือแนวคิดหลัก ยังคงใช้แนวคิดของ Maslow กล่าวคือ ความต้องการขั้นต่ำ ต้องได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจก่อน ที่มนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป อย่างไรก็ดีขั้นใดทั้ง 5 ขั้น จะช่วยอธิบายแรงจูงใจในภาพรวมมากกว่า มุ่งไปที่ความต้องการเพียงตัวเดียว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ยังคงต้องการความปลอดภัย แต่อาจไม่สนใจชื่อเสียง หรือการพัฒนาตนเอง

Travel Career Ladder เน้นที่จะอธิบายว่า มนุษย์มีแรงจูงใจหลายแบบในการค้นหาประสบการณ์การ ท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เดินทางท่องเที่ยวฮ่องกง อาจมีสิ่งจูงใจ คือความตื่นตัวของแสงสีในเมืองฮ่องกง อาหารจีนและวัฒนธรรมจีน โดยลำดับขั้นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวครั้งนี้มีมากกว่า 1 ขั้น รวมกันเป็นแรงจูงใจในภาพรวม อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น การเดินทางท่องเที่ยวบาห์ลี นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคนเดิม อาจต้องการเดินทางไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับครอบครัว หรือเพื่อพักผ่อนมากกว่าที่จะ ใฝ่หาอาหารรสเลิศ หรือความตื่นตาตื่นใจ สำหรับทฤษฎี Travel Career Ladder แล้ว แหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนฉาก ที่มีประสบการณ์หลากหลายรูปแบบ สามารถหาได้ที่นั่น ดังนั้นแรงจูงใจเป็นสิ่งที่มียุทธูปในการค้นหาสิ่งที่ต้องการจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวต่างมีความหลากหลาย ซึ่งให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

McIntosh & Goeldler (1986 อ้างใน พลอยระพี ชลวนิช, 2555) กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันตนาการ การหย่อนใจ ด้วยความบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่น ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการรักษาสุขภาพ

2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับคนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ ๆ

4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และแสดงความสามารถของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม และ การศึกษา เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดแรงจูงใจของ McIntosh & Goeldler (1986) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เป็นแนวความคิดที่ครอบคลุมและเหมาะสมเพียงพอกับการวิจัยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

4. ส่วนแบ่งตลาดด้านประชากรศาสตร์

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิด และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่า ตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538, หน้า 41)

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยนักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมาย และเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย หรือเด็ก ก็มักจะสังเกตเห็นได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นสตรีมากกว่าเพศอื่น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) เป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาด โดยจะให้ความสนใจกับจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้นๆ เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) ซึ่งนับเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูง แต่คนที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งอาจมีความสามารถในการซื้อก็ได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ธรรมเนียม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ก็อาจเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่สำคัญได้อีกนอกเหนือจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว และในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างไรก็ชัดเจนในเชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาดำ โอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ เป็นต้น

พรทิพย์ วรกิจ โภคาธร (2529, หน้า 312-316) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้รับสารโดยการวิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน โดยที่ความแตกต่างนี้จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้ ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้ จะประกอบด้วย

1. อายุ (Age) การจะทำให้ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันเปลี่ยนพฤติกรรมนั้น มีความยากง่ายแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุมาก ก็จะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่า ซึ่งการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนนั้น จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น

2. เพศ (Sex) เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน และพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารก็แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการสื่อสารจำเป็นต้องทราบว่า จะทำการสื่อสารกับเพศชายหรือหญิง

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าการศึกษานั้นทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป โดยผู้ที่มีการศึกษาสูง จะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุน ทั้งนี้เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายความว่ารวมถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว โดยเชื่อว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

ส่วนประมะ สตะเวทิน (2541, หน้า 105-109) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะทางประชกรนั้น มีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชกรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่คล้ายคลึงกัน ส่วนคนที่มีลักษณะทางประชกรที่ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่าง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ (Sex) โดยปกติแล้วบุคคลจะมีความแตกต่างกันไปทั้งด้านกายภาพ บุคลิก และลักษณะนิสัยใจคอ ในเรื่องเพศก็เช่นกัน ผู้หญิงกับผู้ชายจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคม และวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตามและเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้ผู้หญิงถูกชักจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย ลักษณะด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและสามารถจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่หึงหวังใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย

อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารได้ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีแนวความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า นอกจากความแตกต่างในเรื่องของความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นในปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม เป็นต้น

รายได้ (Income) รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน คนที่มีฐานะหรือรายได้สูงขึ้นไปใช้สื่อมวลชนมากขึ้นด้วย ซึ่งมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป

ระดับการศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในต่างยุค ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากที่จะเป็นผู้รับสาร

ที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำ คนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำมักใช้สื่อประเภทวิทยุ และโทรทัศน์

อาชีพ (Occupation) คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นราชการ ในขณะที่คนทำธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็น และค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทั้งทหาร ตำรวจ แพทย์ พยาบาล ผู้พิพากษา ครู เป็นต้น

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ของคนที่มีลักษณะทางด้านประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรม อารมณ์ ค่านิยม ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน หากนักการตลาดจะวางแผนการตลาดก็จะต้องให้ความสำคัญกับความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ เนื่องจากเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันไปด้วย

5. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชลบุรี

ชลบุรี เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งได้รับการชื่นชม และมีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมเยือนจำนวนมากจากทั่วโลก ดินอันดีจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวและเขตอุตสาหกรรมเศรษฐกิจที่สำคัญหลายแห่งของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 80 กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติรวมถึงมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวหลากหลายประเภท เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม-ให้รางวัล มีบริการหลากหลายในการเดินทางมายังจังหวัดชลบุรี เช่น รถทัวร์ รถตู้สาธารณะ รถไฟ มีท่าอากาศยานนานาชาติอยู่ตะกั่วป่า-ระยอง-พัทยา, ท่าเรือแหลมฉบัง และอยู่ไม่ไกลจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ

ชลบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย ชุมชนเมืองศูนย์กลางของจังหวัด คือ เทศบาลเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่งตั้งอยู่ โดยมีเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ คือ เมืองพัทยา นอกจากนี้ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสำคัญของภาคตะวันออกอย่างมาก ทั้งในด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม

ในอดีตจังหวัดชลบุรีนั้นเคยเป็นแหล่งที่ตั้งของเมืองท่าที่มีความสำคัญมาก แม้แต่ในปัจจุบันนี้ก็ยังคงเป็นที่ตั้งของท่าเรือที่มีความสำคัญของประเทศรองจากท่าเรือกรุงเทพ นั่นก็คือท่าเรือแหลมฉบัง เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม จังหวัดชลบุรีนั้นมีอาณาเขตติดต่อ (ตามเข็มนาฬิกาเริ่มจากทิศเหนือ) ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และติดต่อกับอ่าวไทย ทางทิศตะวันตก ประชากรของจังหวัดมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยประชากรในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนประมาณ 1.5 ล้านคน

5.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

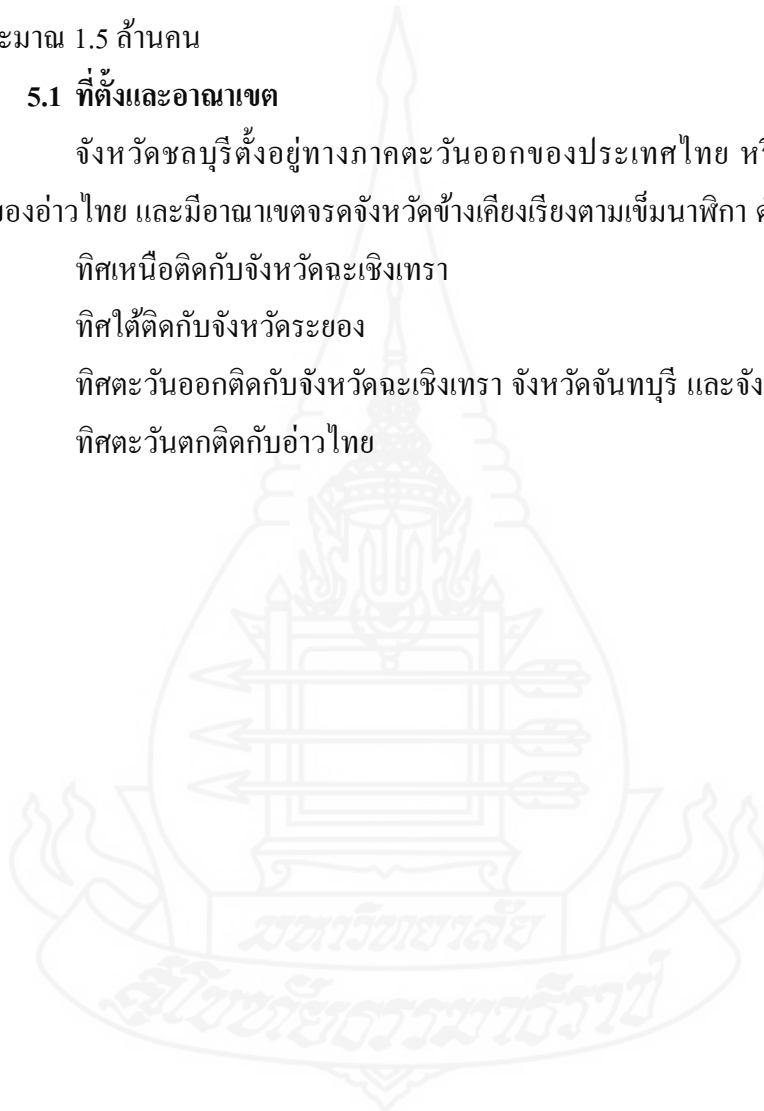
จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย และมีอาณาเขตจรดจังหวัดข้างเคียงเรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

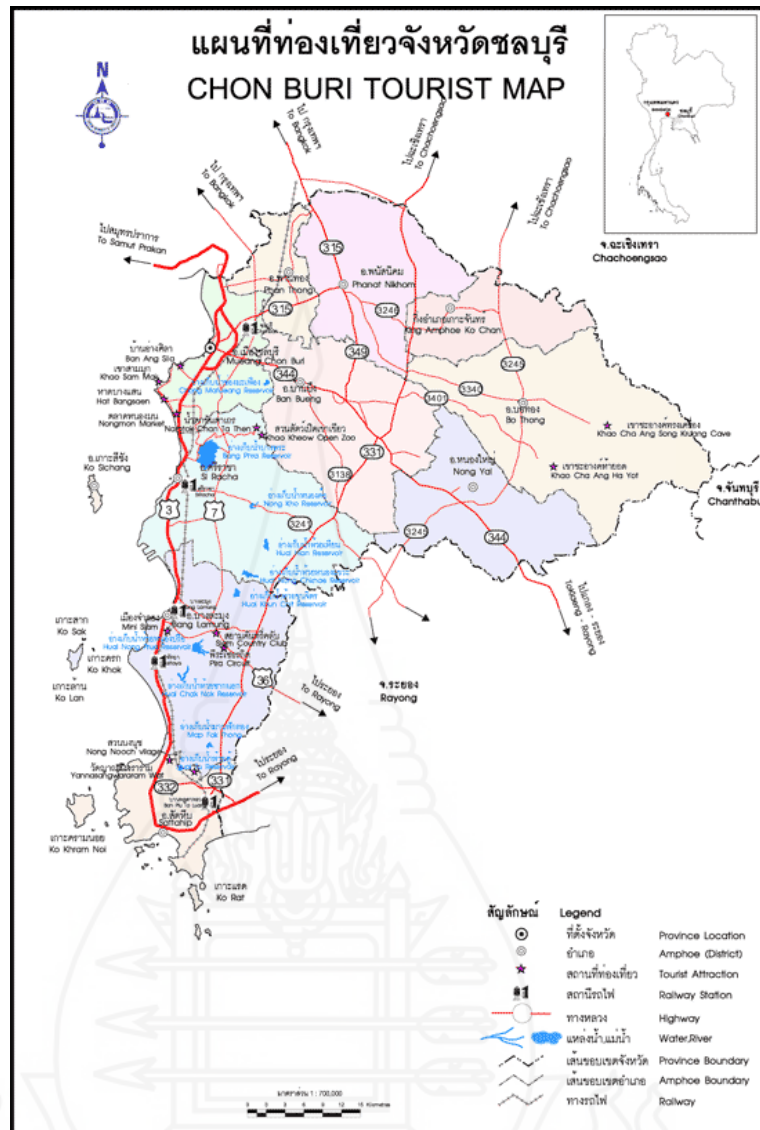
ทิศเหนือติดกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ติดกับจังหวัดระยอง

ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดระยอง

ทิศตะวันตกติดกับอ่าวไทย





ภาพที่ 2.1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี
ที่มา : สำนักงานจังหวัดชลบุรี (2563)

5.2 ภูมิประเทศ

จังหวัดชลบุรีมีภูเขาทอดอยู่เกือบกลางของจังหวัดเป็นแนวยาวจากทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับเนินเขาและที่ราบชายฝั่งทะเล ตอนเหนือเป็นที่ราบเหมาะแก่การกสิกรรม ทิศตะวันออกและทิศใต้เดิมเป็นป่าเขาพื้นที่ลุ่มดอน แต่ปัจจุบันเปลี่ยนสภาพจากป่าไม้เป็นที่โล่งเตียนใช้เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว สับปะรด ขางพารา และมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งจะพบแหล่งเพาะปลูกเกือบทุกอำเภอ มีชายฝั่งทะเลและหาดสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจหลายแห่ง

เช่น ชายหาดบางแสน พัทยา เป็นต้น ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินปนทราย ยกเว้นบางส่วนของอำเภอพนัสนิคม และส่วนใหญ่ของอำเภอบางทอนจะเป็นดินเหนียว และดินตะกอน แหล่งน้ำธรรมชาติมีน้อยจึงมีปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำประกอบกับมีการบุกรุกแผ้วถางป่าสงวนแห่งชาติ ทำให้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมจากการทำไร่มันสำปะหลังและไร่อ้อย

5.3 ภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปจังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ในเขตรมรสุมเขตร้อน โดยได้รับอิทธิพลจากทั้งลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ส่งผลให้จังหวัดชลบุรีมีฤดูกาลแตกต่างกันอย่างชัดเจน 3 ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม อากาศค่อนข้างอบอ้าว แต่ไม่ถึงกับร้อนจัด ฤดูฝน เดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม มีฝนตกกระจายทั่วไป โดยมักตกหนักในเขตป่าและภูเขา ฤดูหนาว เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวจัด ทว่าเย็นสบาย ท้องฟ้าสดใส ปลอดโปร่ง และมีแดดตลอดวัน นับเป็นช่วงเวลาซึ่งชายหาดจะคึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยว ส่วนภาคเกษตร ในฤดูนี้เป็นเวลาที่ค่อนข้างแล้ง เพราะฝนทิ้งช่วงหลายเดือน

5.4 ประชากร

ตามข้อมูลจำนวนประชากรของสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 จังหวัดชลบุรีมีประชากร 1,509,125 คน คิดเป็นอันดับที่ 10 ของประเทศ โดยแบ่งเป็นประชากรเพศชาย 696,038 คน และประชากรเพศหญิง 725,387 คน มีความหนาแน่นประชากรโดยเฉลี่ย 345.89 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 10 ของประเทศ อำเภอที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดและมีความหนาแน่นมากที่สุด คือ อำเภอเมืองชลบุรี มีประชากรอาศัยอยู่ 330,156 คน มีความหนาแน่น 1,442.98 คนต่อตารางกิโลเมตร ในขณะที่อำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุด คือ อำเภอเกาะสีชัง มีประชากรอาศัยอยู่ 4,580 คน ส่วนอำเภอที่ประชากรเบาบางที่สุด คือ อำเภอหนองใหญ่ ซึ่งมีความหนาแน่นประชากรเฉลี่ย 59.44 คนต่อตารางกิโลเมตร ประชากรจังหวัดชลบุรีประมาณร้อยละ 97.87 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาเป็นศาสนาอิสลามร้อยละ 1.56 และศาสนาคริสต์ร้อยละ 0.60

5.5 การคมนาคม

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมที่ดีจังหวัดหนึ่งของประเทศ โดยมีระบบการคมนาคมทั่วถึงและสะดวกทั้งการขนส่งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ รวมทั้งมีการขนส่งทางท่อสำหรับสินค้าเหลว ได้แก่ น้ำมันและสารเคมี การขนส่งของจังหวัดชลบุรีในปัจจุบันอาศัยทางบกเป็นหลัก นอกจากนั้นยังมีการคมนาคมทางเรือและทางอากาศ ซึ่งสามารถพัฒนาศักยภาพให้เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง จังหวัดชลบุรีมีท่าอากาศยานขนาดเล็ก 1 แห่งคือ สนามบิน

บางพระ ตั้งอยู่ในอำเภอศรีราชา เป็นสนามบินฝักซ้อมสำหรับเครื่องบินลำเล็ก จึงไม่ได้เปิดให้บริการขนส่งทางอากาศเพื่อการพาณิชย์ทั่วไป

ทางรถยนต์เป็นระบบการคมนาคมที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี และมีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน โครงข่ายนี้อยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวง โดยจังหวัดชลบุรีมีถนนที่สร้างเสร็จแล้วเป็นระยะทาง 745.497 กิโลเมตร เป็นทางหลวงแผ่นดินรวมระยะทาง 745.497 กิโลเมตร และระยะทางต่อ 2 ช่องจราจรคิดเป็นระยะทาง 1,191.408 กิโลเมตร ทางหลวงสายหลักของจังหวัดชลบุรี เช่น ทางหลวงพิเศษหมายเลข 7, ถนนสุขุมวิท (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3) เป็นต้น

เนื่องจากจังหวัดชลบุรีมีสภาพภูมิศาสตร์เอื้ออำนวยต่อการขนส่งทางทะเล กล่าวคือด้านตะวันตกของจังหวัดเป็นชายฝั่งที่มีแนวยาวระยะทางหลายร้อยกิโลเมตร โดยหลายแห่งเป็นชายหาดที่งดงาม และบางแห่งเหมาะจะเป็นท่าจอดเรือ ส่งผลให้ชายฝั่งทะเลของจังหวัดมีท่าเทียบเรือประมงและท่าเทียบเรือสินค้า ทั้งที่เป็นท่าเทียบเรือของเอกชนและท่าเทียบเรือพาณิชย์ สำหรับขนส่งสินค้าไปต่างประเทศ รวมถึงการขนส่งสินค้าเลียบตามชายฝั่งทะเลตะวันออกเข้าสู่ท่าเรือกรุงเทพฯ

การคมนาคมทางรถไฟของจังหวัดชลบุรีอาศัยเส้นทางรถไฟสายตะวันออก โดยเริ่มต้นจากกรุงเทพมหานคร-ฉะเชิงเทรา-ศรีราชา เมื่อรัฐบาลมีโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงดำเนินการก่อสร้างทางรถไฟสายนี้ขึ้น เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าจากท่าเรือน้ำลึกสัตหีบ ท่าเรือน้ำลึกนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และท่าเรือน้ำลึกนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

5.6 สินค้าส่งออกและของที่ระลึก

สินค้าส่งออกและของที่ระลึกของจังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1. ข้าวหอมหนองมน เป็นของฝากที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี เพราะรสหวานมัน ข้าวเหนียวนุ่มชุ่มด้วยกะทิ มีให้เลือกทั้งข้าวเหนียวดำ ใส่อั่วแดง เผือก ข้าวโพด เนื้อมะพร้าว เมื่อเปิดฝากรอบอกดูจะเห็นเนื้อข้าวเหนียวด้านบนฉ่ำเยิ้มไปด้วยกะทิ
2. เครื่องจักสานพนัสนิคม เป็นของดีของอำเภอพนัสนิคม ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเครื่องใช้จำเป็นในครัวเรือน ซึ่งได้พัฒนารูปแบบให้เหมาะสมสำหรับเป็นเครื่องประดับบ้านได้ด้วย
3. ครกหินอ่างศิลา ได้รับความนิยมนอย่างมากจนกลายเป็นสัญลักษณ์ของชาวตำบลอ่างศิลา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากครกหินอ่างศิลามีจุดเด่นอยู่ที่หินมีความแข็งแกร่ง ต่ำแล้วไม่เป็นทราย และมีสีขาวนวล หรือเหลืองอ่อน

4. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป จำพวก กุ้งแห้ง ปลาเค็ม ปลาหมึกแห้งและปรุงรส กะปิ น้ำปลา ฯลฯ แหล่งจำหน่ายอยู่ที่ตลาดหนองมน นอกจากนี้ยังมีอาหารประเภทอื่นขายอีกจำนวนมาก เช่น อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ห่อหมก แจงลอน (เครื่องปรุงคล้ายห่อหมก ปั้นเป็นก้อนกลมเสียบไม้ย่าง) หอยจ๊อ และขนมหวานนานาชนิด ได้แก่ กล้วยฉาบ เผือกฉาบ ผลไม้กวน ผลไม้แช่อิ่ม

5. อ้อยศรีราชา มีรสหวานและน้ำเยอะ นิยมปลูกที่อำเภอศรีราชา เนื่องจากดินมีสภาพเป็นดินร่วนปนทราย มีปริมาณน้ำฝนไม่น้อยกว่า 1,200 ลูกบาศก์เมตร/ปี ศรีราชาจึงเหมาะแก่การเจริญเติบโตของอ้อย ซึ่งอ้อยได้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดชลบุรี

5.7 วัฒนธรรมและประเพณี

วัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1. ประเพณี นมัสการพระพุทธสิหิงค์งานสงกรานต์และงานกาชาด เป็นงานประจำปีที่ชาวจังหวัดชลบุรี ได้ร่วมกันจัดติดต่อกันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 กิจกรรมของงานได้รวมงาน "นมัสการพระพุทธสิหิงค์ งานสงกรานต์ และงาน กาชาด" ไว้ด้วยกัน โดยถือเอาประมาณกลางเดือนเมษายน ของทุกปีเป็นวันจัดงาน ประกอบไปด้วยขบวนแห่พระพุทธสิหิงค์ พิธีรดน้ำคำหัวหน้าผู้ใหญ่ การละเล่นพื้นบ้าน การแสดง โขนของกรมศิลปากร และการแสดงทางวัฒนธรรม นิทรรศการ และการออกร้าน เพื่อเป็นการส่งเสริม และรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น

2. ประเพณีวิ่งควาย เป็นประเพณีเก่าแก่ตั้งแต่ดั้งเดิมของจังหวัดชลบุรีเมื่อประมาณ 100 ปีเศษมาแล้ว ในวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ณ วัดใหญ่อินทาราม ได้จัดให้มีเทศน์มหาชาติเป็นงานประเพณี โดยเจ้าของกัณฑ์เทศน์ ซึ่งส่วนมากเป็นชาวนาและชาวสวนจะใช้ควายเทียมเกวียน นำเครื่องกัณฑ์ เช่น ข้าวเปลือก ข้าวสาร หมาก มะพร้าว กล้วย อ้อย เป็นต้น บรรทุกสิ่งเหล่านี้มาวัดมีการตกแต่งเกวียนให้แลดูสวยงาม เป็นต้นว่าหน้าประทุน ร้อยดอกไม้เป็นม่านห้อยและใช้หน่อกล้วยกับต้นอ้อย ผูกขนานสองข้าง เมื่อเกวียนเหล่านี้มาพร้อมรวมกันที่วัด โดยมีเกวียน 13 เล่ม (13 กัณฑ์) มีควายที่ใช้เทียมเกวียน 26 ตัวจึงมีคนและสัตว์เข้าไปแออัดในวัดเป็นจำนวนมากพอ เวลาบ่ายคนขับเกวียนก็ชวนกันขี่ควายไปยังสระบัวซึ่งอยู่ห่างวัดเพื่อให้ควายกิน และอาบขณะจึงเกิดมีคนนึกสนุกทำผู้อื่นให้ขี่ควายแข่งประลอง ฝึเท้าควาควายของใครมีฝีเท้าเร็วกว่ากันทั้งนี้ผู้ที่จะต้องระวังไม่ให้ตัวตกลงมา จากหลังควายมิฉะนั้นจะถือว่าแพ้เมื่อได้แข่งกันเป็นที่พอใจแล้วหากกลับก็เกิดคะนองชวนกันขี่ควายอ้อมตลาดและวิ่งแข่งขันให้คนที่อยู่ในตลาดชมดังนั้นเมื่อถึง วันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ของปีต่อๆ มาควายที่เทียมเกวียนเครื่องกัณฑ์มา วัดก็นำถูกออกวิ่งในตลาดให้คนชม ต่อมาเจ้าของควายที่อยู่ในตำบลใกล้เคียงนึกสนุก นำควายของตนมาร่วมวิ่งแข่งบ้างทำให้ผู้คนพากันมาดูความสนุกสนานของงานวิ่งควายมากขึ้น จนกลายเป็นประเพณีที่สืบมาจนถึงทุกวันนี้

3. ประเพณีงานบุญกลางบ้านและเครื่องจักสาน เป็นงานประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านานของชาวอำเภอพนัสนิคม ซึ่งจะจัดขึ้นในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ของสัปดาห์แรก เดือนพฤษภาคม หรือเดือน 6 ของไทย ชาวบ้านจะนำอาหารมาร่วมกันทำบุญตักบาตร อุทิศส่วนกุศลให้พระภูมิเจ้าที่เจ้ากรรมนายเวร ญาติที่ล่วงลับไปแล้ว เพื่อขับไล่สิ่งเลวร้าย ให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล พิธีพินทุ์ธัญญาหารสมบุรณ์ หลังพิธีสงฆ์จะมีการ นิทรรศการ และ การออกร้าน เพื่อเป็นการส่งเสริม และรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม รับประทานอาหารร่วมกัน การละเล่นพื้นบ้าน และสาธิตการทำเครื่องจักสานพนัสนิคม

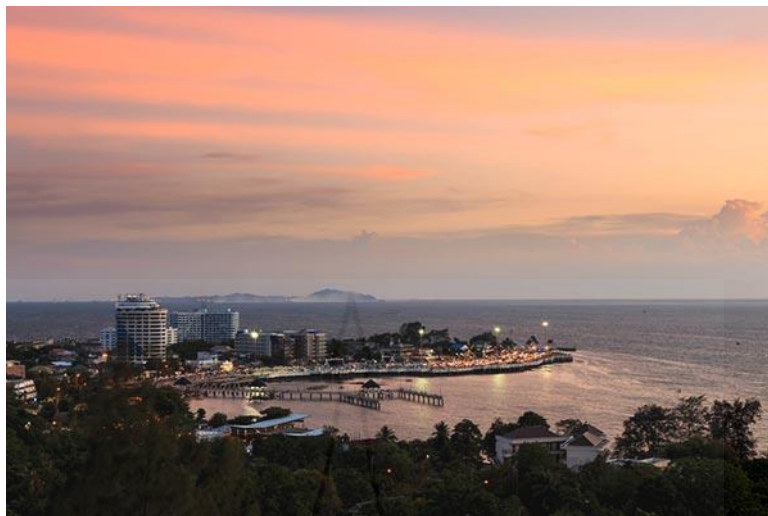
4. ประเพณีเทศกาลวันไหล คือวันทำบุญขึ้นปีใหม่ของชาวทะเลในช่วงวันสงกรานต์ ภาคตะวันออกนั้นจะแตกต่างจากที่อื่นคือ จะเริ่มเล่นสาดน้ำกัน ประมาณวันที่ 16 หรือ 17-18-19 เมษายน โดยเรียกกันว่า วันไหล โดยมีกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีรดน้ำดำหัว ขบวนแห่วันไหล การสาดน้ำกันอย่างสนุกสนานของประชาชน และ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยชาวต่างประเทศ การทำบุญตักบาตร สรงน้ำ ก่อพระเจดีย์ทราย เล่นสาดน้ำ และกีฬาพื้นบ้าน ในจังหวัดชลบุรี พื้นที่ที่จัดงานประเพณีวันไหล

5. ประเพณีประเพณีกองข้าว เป็นประเพณีอันเก่าแก่ของชาวเมืองชลบุรี ปัจจุบันมีที่อำเภอศรีราชา ที่ยังคงรักษาประเพณีนี้ไว้ โดยจัดให้มีขึ้นเป็นประจำ วันที่ 19-21 เดือน เมษายน ของทุกปี สถานที่จัด อยู่บริเวณหน้าสำนักงาน เทศบาลตำบลศรีราชา และที่บริเวณเกาะลอยศรีราชา กิจกรรมของงานจะประกอบไปด้วย การจัดขบวนแห่ที่นำโดยกลุ่มผู้เฒ่าผู้แก่และหน่วยงานต่าง ๆ ที่แต่งกายด้วยชุดไทยประจำบ้านเข้าร่วมขบวน พิธีบวงสรวงและเซ่นสังเวยผี การสาธิต ประเพณีกองข้าว การละเล่นพื้นบ้าน การสาธิตและจำหน่าย ขนมพื้นบ้าน และอาหารพื้นเมือง

5.8 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1. หาดบางแสน หาดยอดนิยมของชลบุรีที่มีกิจกรรมมากมายอาทิ เล่นน้ำ อาบแดด นั่งเจ็ตสกี ชีบานาน่าโบ๊ท ชี่จรรย์ยานเลียบชายหาด



ภาพที่ 2.2 หาดบางแสน

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี (2563)

2. สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาเขียว ห่างจากตัวเมืองศรีราชา ประมาณ 25 กิโลเมตร นับเป็นสวนสัตว์ที่มีเนื้อที่มากที่สุดในโลกกว่า 5,000 ไร่ ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2521 โดยฟื้นฟูสภาพป่าเขาเขียวที่เสื่อมโทรมขึ้นใหม่ มีสัตว์ให้ชมมากกว่า 300 ชนิด ที่ส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่กว้างขวางซึ่งจัดสภาพธรรมชาติให้เหมาะสมแก่อุปนิสัยของสัตว์และให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้อย่างใกล้ชิด

3. สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นสถาบันวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ทางทะเล โดยมีสถานเลี้ยงสัตว์น้ำเค็ม และพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ทางทะเล ที่เปิดให้บุคคลภายนอกเข้าชม สถานเลี้ยงสัตว์น้ำเค็มหรือสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ของสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเลนั้นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกัน ตั้งอยู่ด้านหน้าของมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันเป็นสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทยและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี

4. เกาะล้าน อยู่ห่างชายฝั่งพัทยา 7 กิโลเมตร นั่งเรือโดยสาร 45 นาที หากเดินทางโดยเรือเร็วใช้เวลาเพียง 15 นาที มีชายหาดที่สวยงามหลายแห่ง ส่วนใหญ่คึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยวที่มาเล่นน้ำ ดำน้ำตื้น เล่นกีฬาทางน้ำ โดยเฉพาะที่หาดตาแหวน หาดนวล และหาดเทียน บริเวณเกาะครก และเกาะสาก เป็นแหล่งตกปลาค้างคาวน้ำดำน้ำตื้น ทั้งแบบน้ำลึกและน้ำตื้น และเป็นสถานที่ฝึกหัดเรียนดำน้ำ



ภาพที่ 2.3 เกาะล้าน

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562)

5. ปราสาทสังขรรม ปราสาทไม้แกะสลักที่ยิ่งใหญ่ ตระการตา ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช เมืองพัทลุง ทางเข้าอยู่ในซอยนาเกลือ 12 ก่อสร้างเมื่อปี 2524 เป็นปราสาทไม้ริมทะเลที่งดงามด้วยประติมากรรม และลวดลายแกะสลักที่สะท้อนให้เห็นถึงโลกทัศน์ ภูมิปัญญา คุณธรรม และปรัชญาของคนในโลกตะวันออก



ภาพที่ 2.4 ปราสาทสังขรรม

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชลบุรี (2563)

6. สวนนงนุช ภายในมีสวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิดเช่น กล้วยไม้ เฟิร์น สับปะรดสี สวนไม้พุ่มไม้ตัด สวนหิน ตะบองเพชรและปาล์มจากทั่วทุกมุมโลก มีบริการเรือ-ชนิดต่างๆ ให้เช่าพายเล่นในสระ ที่พักเป็นเรือนไม้สักทรงไทย มีห้องประชุมสัมมนา สวนสัตว์และศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วยการฟ่อนรำพื้นเมือง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว กีฬาพื้นบ้าน และการแสดงของช้าง



ภาพที่ 2.5 สวนนงนุช

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี (2563)

7. เกาะเสม็ดสาร เกาะที่เงียบสงบและสวยงาม อยู่ห่างจากฝั่งของอำเภอสัตหีบไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 8 กิโลเมตร เกาะเสม็ดสารเป็นเกาะที่มีน้ำใส ปะการังอุดมสมบูรณ์ เหมาะกับการมาเที่ยวแบบ One day trip

8. พัทยา คือเมืองชายฝั่งทะเลอ่าวไทย มีชายหาดสวยงามเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว รายล้อมไปด้วยโรงแรมรีสอร์ท คอนโดสูง ห้างสรรพสินค้า บาร์คาบาเร่ต์ และคลับที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง



ภาพที่ 2.6 พัทยา

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562)

9. พระพุทธรูปมหาจักรี อุตตโมภาสศาสดา เป็นพระพุทธรูปประทับนั่งปางมารวิชัย ขนาดความสูง 109 เมตรหน้าตักกว้าง 70 เมตร ฐานบัวหรือบัวบัลลังก์สูง 21 เมตร รวมความสูงขององค์พระ และบัลลังก์ทั้งสิ้น 130 เมตรเป็นแบบนูนต่ำ แกะสลักบนหน้าผาเขาชีจรรย์ และกลายเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว พระพุทธรูปนี้สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในสมัยนั้น แล้วจึงฉายภาพและยิงเลเซอร์ลงบนหน้าผา การฉายภาพนั้นทำเฉพาะตอนกลางคืนเท่านั้นเนื่องจากมีความชัดเจนกว่าและจะมีเจ้าหน้าที่โรยตัวลงมาวาดภาพตามแสงเลเซอร์เหล่านั้น นอกจากนี้บริเวณโดยรอบยังตกแต่งด้วยสวนเล็กๆ เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมได้เดินเล่นอีกด้วย

10. วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดวรมหาวิหาร สังกัดธรรมยุติกนิกาย ตั้งอยู่ที่ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก (เจริญ สุวฑฺฒโน) เป็นองค์ประธานจัดสร้างวัด ปัจจุบันพระอาจารย์สุชาติ อภิชาโต เป็นผู้ช่วยเจ้าอาวาส



ภาพที่ 2.7 วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร

ที่มา : สำนักงานจังหวัดชลบุรี (2563)

11. เขาสามมุข เป็นแหล่งการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงควบคู่กับบางแสน มีบริการและกิจกรรมที่โดดเด่นหลายกิจกรรม ดังได้กล่าวมาแล้วนอกจากนี้ เขาสามมุขยังเป็นภูเขาที่สำคัญลูกหนึ่งซึ่งพระเจ้าแผ่นดินได้เคยเสด็จประพาสกันมาแต่โบราณ และเป็นภูเขาที่สำคัญที่จังหวัดชลบุรีใช้เป็นสัญลักษณ์ในดวงตราประจำจังหวัดชลบุรีอีกด้วย มีบริการจุดชมวิวยอดนิยมของเขาสามมุข เมื่อนักท่องเที่ยวขึ้นตรงจุดชมวิวด้านเหนือจะมองเห็นอ่าวอ่างศิลาที่มีหลักเส็งหอยแมลงภู่และหอยนางรมปักอยู่เต็มท้องทะเล ส่วนด้านตะวันตกจะมองเห็นแหลมแท่นที่ต่อเนื่องกับหาดบางแสน หากวันที่มีทัศนียภาพอากาศปลอดโปร่งจะมองเห็นเกาะสีชังและตัวเมืองศรีราชา ทั้งเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง



ภาพที่ 2.8 เขาสามมูก

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี (2563)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสารพบว่าผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันและสามารถนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ มีดังต่อไปนี้

6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

บุญกร แก้วมีเงิน (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ชายทะเลหมู่เกาะของคนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ พฤติกรรมมารับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะ คนกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะไม่แตกต่างกัน คนกรุงเทพมหานครที่มี การศึกษา ต่างกัน มีพฤติกรรมท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะแตกต่างกัน คนกรุงเทพมหานครที่มี เพศ และ สถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อเกี่ยวกับชายทะเลหมู่เกาะไม่แตกต่างกัน และคนกรุงเทพมหานครที่มี อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อเกี่ยวกับชายทะเลหมู่เกาะแตกต่างกัน

อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง พบว่าการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ

แบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ระหว่าง เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยว ที่มี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ด้าน โปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด

ศิวพร มินาภา (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง **ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และ ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย** ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1 ครั้งรวมครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว เดินทาง โดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีสมาชิกร่วมเดินทางมากกว่า 10 คน เดินทางกับครอบครัว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,000 – 3,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

ปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง **แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดจตุจักรของนักท่องเที่ยว** ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ในระดับมาก ในทุกด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ อายุ และการศึกษาดังกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านของ อาชีพ รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พลอยระพี ชลวริช (2555) ทำการศึกษาเรื่อง **แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร** ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้รถเช่าเป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 2 วัน มีช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยว ช่วงคืนวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อ

การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นแรงจูงใจทางสถานภาพ อยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่มีเพศแตกต่างกัน พบว่าแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพและแรงจูงใจระหว่างบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ที่มีรายได้แตกต่างกัน พบว่าไม่แตกต่างกัน

6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

มาศศุภา นิมบุญจาซ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรม โดยรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมเป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสถานที่จอดรถเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับถัดมา คือ ด้านที่พักโดยสถานที่ตั้งของที่พักมีความสะอาด และมีความปลอดภัย เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ด้านเส้นทางคมนาคม โดยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ และมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวกมีความสำคัญมากที่สุด ด้านการบริการการท่องเที่ยว โดยแผ่นพับข้อมูลมีคุณภาพ, ความชัดเจนและเนื้อหาครบถ้วนมีความสำคัญมากที่สุด และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยจุดชมวิว มีความสำคัญมากที่สุด 2) ผลการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) พบว่า ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วีรพร รอดทัศนาศนา (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดบรมราชากาญจนานิกเชกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาวัดบรมราชากาญจนานิกเชกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมที่เดินทางมาวัดบรมราชากาญจนานิกเชกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี แตกต่าง

กัน 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r = 0.614$) และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ณัฐพัชร์ กาญจนรัตน์ และ กุลพิชญ์ โภไคยอุดม (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านกิจกรรม ตามลำดับ 2) กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เนื่องจากต้องการได้ ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่กลับคืนมาแล้ว รองลงมา คือ มีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไปถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตที่มีความโดดเด่นสวยงาม มีความสนใจ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน มีความสนใจ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อหลีกเลี่ยงจากความ รุนแรงในปัจจุบันเป็นการชั่วคราว และมีความสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต เพื่อไป เรียนรู้กิจกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิม ตามลำดับ

จากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนบุคคล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น แสดงให้เห็นว่าส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีได้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาหาแนวทางส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ถูกกลุ่มเป้าหมาย และเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงด้านการบริหารจัดการจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 8,595,647 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าด้วยสูตรในการคำนวณ ของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% โดยใช้สมการในการคำนวณ ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

แทนค่า

$$n = \frac{8,595,647}{1+8,595,647 (0.05)^2}$$

$$= 399.99$$

ผลจากการคำนวณพบว่า กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close End Question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีระดับการวัดความคิดเห็น ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ได้กำหนดค่าของอันตรภาคชั้นในการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น จากสูตรคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จะสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีระดับการวัดความคิดเห็น ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ได้กำหนดค่าของอันตรภาคชั้นในการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น จากสูตรคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จะสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close End Question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

3. การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การตรวจสอบหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถามใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ขึ้นตอนการหาประสิทธิภาพเพื่อให้ได้คุณภาพตามลำดับ ดังนี้

3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ หลังจากทีผู้วิจัยได้สร้าง เครื่องมือแบบสอบถามขึ้นมา ผู้วิจัยจะนำไปตรวจสอบว่าเมื่อนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรแล้ว จะสามารถวัดในส่วนของเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการวัดได้มากน้อยเพียงใด โดยในกระบวนการตรวจสอบ ผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ มีจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- อาจารย์ ดร.บริบูรณ์ ปิ่นประยงค์ ตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกสร ตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทร์สว่าง ตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ ประเมิน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item-Objective Congruence Index) เป็นรายบุคคลว่า ข้อคำถามแต่ละข้อสามารถวัดได้ตรงกับจุดประสงค์ที่กำหนดหรือไม่ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

- ถ้าข้อคำถามวัดได้ตรงจุดประสงค์ ได้ +1 คะแนน
- ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงจุดประสงค์หรือไม่ ได้ 0 คะแนน
- ถ้าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงจุดประสงค์ ได้ -1 คะแนน

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ประเมิน มากรอกลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถาม ดังนี้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้
- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

จากการทดสอบพบว่า ข้อคำถามที่ค่าอยู่ระหว่าง 0.66 – 1.00 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ภายหลังจากที่นำเครื่องมือแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่น โดยผู้วิจัยได้เลือกกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ในการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างขึ้นมาใช้ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้วิธีการสุ่มนักท่องเที่ยวยชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นตัวอย่างในการตรวจสอบเครื่องมือ และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น จำนวน 30 ชุด

การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์ หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยเลือกข้อที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่ามีความเชื่อมั่นและยอมรับได้ พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัยทั้งหมด มีค่าเท่ากับ 0.96 และมีค่าความเชื่อมั่นรายด้าน อยู่ระหว่าง 0.72 – 0.96 เป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้น แบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Forms โดยสร้างเป็น QR Code และลิงค์ URL และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถาม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ หาดบางแสน หาดจอมเทียน และท่าเรือแหลมบาลีฮาย เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว โดยมีการตรวจสอบว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชลบุรีก่อนการเริ่มตอบแบบสอบถาม หากเป็นคนในพื้นที่จังหวัดชลบุรีจะไม่ถือเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว จึงไม่ได้ให้ทำการตอบแบบสอบถาม โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ถึง เดือนมกราคม 2564 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 342 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.5

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากทำที่ได้การรวบรวม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายแล้ว จึงทำการนำข้อมูลมาทำการลงรหัสในรูปแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form) พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

5.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

5.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การแจกแจงแบบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

5.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5.2.3 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 6 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 7 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูล	จำนวน (n=342)	ร้อยละ (=100)
1. เพศ		
ชาย	116	33.92
หญิง	226	66.08
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.34
21 – 30 ปี	211	61.70
31 – 40 ปี	99	28.94
41 – 50 ปี	19	5.56
51 ปี ขึ้นไป	5	1.46
3. สถานภาพ		
โสด	196	57.31
สมรส	84	24.56
หม้าย/หย่าร้าง	25	7.31
แยกกันอยู่	37	10.82
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	40	11.70
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	68	19.88
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	48	14.04
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	172	50.29
เกษตรกร/ประมง	14	4.09
5. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	25	7.31
15,001 – 30,000 บาท	283	82.75
30,001 – 50,000 บาท	28	8.19
50,001 บาท ขึ้นไป	6	1.75

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.08 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 61.70 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 57.31 มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 50.29 และมีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 82.75

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านความดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสำคัญจากแหล่งท่องเที่ยว และด้านองค์ประกอบของการบริการ แสดงดังตารางที่ 4.2-4.6

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.75	0.39	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.76	0.37	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.51	0.40	มากที่สุด
ด้านการบริการ	4.46	0.42	มาก
รวม	4.62	0.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.76) รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.75) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.51) และด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.46)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม	4.85	0.35	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.71	0.50	มากที่สุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ	4.66	0.53	มากที่สุด
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมความบันเทิงที่น่าสนใจ	4.78	0.43	มากที่สุด
รวม	4.75	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.85) รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมความบันเทิงที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.78) สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.71) และสถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.66)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย	4.83	0.38	มากที่สุด
2. มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน	4.69	0.47	มากที่สุด
3. ระยะทางและเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม	4.78	0.42	มากที่สุด
4. สภาพถนนมีสภาพดีได้มาตรฐาน	4.76	0.43	มากที่สุด
รวม	4.76	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x})=4.83) รองลงมา ระยะทางและเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.78) สภาพถนนมีสภาพดีได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.76) และมีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x})=4.69)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน	4.85	0.36	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสัญญาณมือถือและอินเทอร์เน็ตได้ดี	4.81	0.41	มากที่สุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	4.34	0.66	มาก
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีทางเท้า/ทางลาดชันสำหรับผู้พิการ	4.05	0.71	มาก
รวม	4.51	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x})=4.85) รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสัญญาณมือถือและอินเทอร์เน็ตได้ดี มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.81) สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.34) และสถานที่ท่องเที่ยวมีทางเท้า/ทางลาดชันสำหรับผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x})=4.05)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. มีบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์	4.08	0.67	มาก
2. มีบริการรถรับ-ส่ง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.69	มาก
3. มีบริการที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.83	0.38	มากที่สุด
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	4.84	0.38	มากที่สุด
รวม	4.46	0.42	มาก

จากตารางที่ 4.6 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.84) รองลงมา มีบริการที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.83) มีบริการรถรับ-ส่ง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.10) และมีบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.08)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง แสดงดังตารางที่ 4.7-4.11

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
แรงจูงใจทางกายภาพ	4.46	0.42	มาก
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	3.91	0.53	มาก
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	4.57	0.44	มากที่สุด
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	4.60	0.41	มากที่สุด
รวม	4.39	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.60) รองลงมา แรงจูงใจระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.57) แรงจูงใจทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) และแรงจูงใจทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =3.91)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางกายภาพ

แรงจูงใจทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.75	0.45	มากที่สุด
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย	4.61	0.56	มากที่สุด
3. เพื่อส่งเสริมสุขภาพ	4.02	0.60	มาก
รวม	4.46	0.42	มาก

จากตารางที่ 4.8 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.75) รองลงมา เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.61) และเพื่อส่งเสริมสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.02)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม	3.85	0.56	มาก
2. เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี	4.06	0.61	มาก
3. เพื่อร่วมพิธีกรรมทางวัฒนธรรม	3.83	0.61	มาก
รวม	3.91	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.9 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =3.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.06) รองลงมา เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =3.85) และเพื่อร่วมพิธีกรรมทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =3.83)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจระหว่างบุคคล

แรงจูงใจระหว่างบุคคล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เพื่อพบปะเพื่อนใหม่	4.34	0.61	มาก
2. เพื่อใช้เวลา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับ ผู้อื่น	4.69	0.49	มากที่สุด
3. เพื่อมีส่วนร่วมในสังคม	4.68	0.49	มากที่สุด
รวม	4.57	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อใช้เวลา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.69) รองลงมา เพื่อมีส่วนร่วมในสังคม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.68) และเพื่อพบปะเพื่อนใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.34)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผล แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. เพื่อพัฒนาตนเอง	4.44	0.55	มาก
2. เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่	4.74	0.44	มากที่สุด
3. เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ	4.61	0.57	มากที่สุด
รวม	4.60	0.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.74) รองลงมา เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.61) และเพื่อพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.44)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว แสดงดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด
ชลบุรี

ข้อมูล	จำนวน (n=342)	ร้อยละ (=100)
1. วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	221	64.62
เพื่อประชุม สัมมนา อบรม	34	9.94
เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน	37	10.82
เพื่อชมการแสดงหรือความบันเทิง	50	14.62

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (n=342)	ร้อยละ (=100)
2. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว		
1 – 2 วัน	229	66.96
3 – 4 วัน	108	31.58
5 – 6 วัน	3	0.88
7 วัน ขึ้นไป	2	0.58
3. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
วันธรรมดา	53	15.50
วันเสาร์ – อาทิตย์	155	45.32
วันหยุดนักขัตฤกษ์	8	2.34
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	126	36.84
4. สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว		
เดินทางคนเดียว	10	2.92
ครอบครัว/เพื่อน	198	57.89
หมู่คณะ	126	36.84
หน่วยงาน องค์กร ชมรม	8	2.34
5. ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	15	4.39
1,001 – 3,000 บาท	61	17.83
3,001 – 5,000 บาท	91	26.61
5,001 บาท ขึ้นไป	175	51.17

จากตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 64.62 มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 – 2 วัน ร้อยละ 66.96 มีช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 45.32 มีสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/เพื่อน ร้อยละ 57.89 และมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 5,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 51.17

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แสดงดังตารางที่ 4.13-21

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี
จำแนกตามเพศ

(n=342)						
	เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ชาย	116	2.62	0.91	2.63	0.07
	หญิง	226	2.37	0.81		

จากตารางที่ 4.13 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ

(n=342)						
อายุ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F Ratio	Sig.
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	18.58	4	4.64	6.86	0.00*
	ภายในกลุ่ม	228.17	337	0.68		
	รวม	246.75	341			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องดำเนินการเปรียบเทียบรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีกับอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.14	0.01*	0.00*	0.02*
21 – 30 ปี		-	0.00*	0.00*	0.07
31 – 40 ปี			-	0.05	0.35
41 – 50 ปี				-	0.90
51 ปี ขึ้นไป					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี, 51 ปี ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี, 51 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F Ratio	Sig.
พฤติกรรม	ระหว่างกลุ่ม	13.54	3	4.51	6.54	0.00*
การท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	233.21	338	0.69		
	รวม	246.75	341			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องดำเนินการเปรียบเทียบรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีกับสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	0.00*	0.21	0.00*
สมรส		-	0.60	0.14
หม้าย/หย่าร้าง			-	0.11
แยกกันอยู่				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพสมรส, แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส, หม้าย/หย่าร้าง, แยกกันอยู่

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	(n=342)					
	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F Ratio	Sig.
พฤติกรรม	ระหว่างกลุ่ม	23.69	4	5.92	8.95	0.00*
การท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	223.06	337	0.66		
	รวม	246.75	341			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 อาชีพของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องดำเนินการเปรียบเทียบรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีกับอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัท	เกษตรกร /ประมง
นักเรียน/นักศึกษา	-	0.02*	0.00*	0.16	0.00*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		-	0.00*	0.14	0.04*
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว			-	0.00*	0.87
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท				-	0.00*
เกษตรกร/ประมง					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, เกษตรกรรม /ประมง ส่วนนักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, เกษตรกรรม /ประมง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพเกษตรกร /ประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีมากกว่านักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร/ประมง

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้

(n=342)

รายได้	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F Ratio	Sig.
พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.05	3	4.35	6.29	0.00*
	ภายในกลุ่ม	233.70	338	0.69		
	รวม	246.75	341			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องดำเนินการเปรียบเทียบรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดชลบุรีกับรายได้

รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-	0.03*	0.00*	0.10
15,001 – 30,000 บาท		-	0.00*	0.49
30,001 – 50,000 บาท			-	0.37
50,001 บาทขึ้นไป				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 50,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท, 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แสดงดังตารางที่ 4.22-24

ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
(X ₁) ด้านสิ่งดึงดูดใจ	1.00	0.15*	0.14*	0.05*	0.06*
(X ₂) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว		1.00	0.74*	0.58*	0.55*
(X ₃) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			1.00	0.70*	0.57*
(X ₄) ด้านการบริการ				1.00	0.79*
(Y) พฤติกรรมการท่องเที่ยว					1.00

*p < 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	7.80	4	1.95	2.75	0.03*
Residual	238.95	337	0.71		
Total	246.75	341			

*p< 0.05

R = 0.58

R² = 0.33

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.58 และมีความสัมพันธ์ร่วม 33%

ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

	B	Beta	t
ค่าคงที่	0.83		1.32
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.21	0.10	1.18*
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.35	0.15	1.64*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.30	0.14	1.43*
ด้านการบริการ	0.07	0.03	0.38*

*p<0.05

R = 0.58

R² = 0.33

SE_{est} = 0.84

F = 2.75*

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปร ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 33 โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ และการบริการ ตามลำดับ

Y แทน พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Z แทน คะแนนมาตรฐาน

X_1 แทน ด้านสิ่งดึงดูดใจ

X_2 แทน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

X_3 แทน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

X_4 แทน ด้านการบริการ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.83 + 0.21 (X_1) + 0.35 (X_2) + 0.30 (X_3) + 0.07 (X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.10 (X_1) + 0.15 (X_2) + 0.14 (X_3) + 0.03 (X_4)$$

สรุปได้ว่า ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า

(1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.15

(2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.14

(3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.10

(4) ด้านการบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.03

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แสดงดังตารางที่ 4.25-27

ตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
(X ₁) แรงจูงใจทางกายภาพ	1.00	0.12*	0.06*	0.07*	0.10*
(X ₂) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม		1.00	0.41*	0.63*	0.63*
(X ₃) แรงจูงใจระหว่างบุคคล			1.00	0.37*	0.33*
(X ₄) แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง				1.00	0.69*
(Y) พฤติกรรมการท่องเที่ยว					1.00

*p < 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	3.91	4	0.98	1.36	0.02*
Residual	242.84	337	0.72		
Total	246.75	341			

* $p < 0.05$

$R = 0.63$

$R^2 = 0.42$

จากตารางที่ 4.26 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.63 และมีความสัมพันธ์ร่วม 42%

ตารางที่ 4.27 ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

	B	Beta	t
ค่าคงที่	1.24		2.15
แรงจูงใจทางกายภาพ	0.20	0.10	1.32*
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	0.01	0.01	0.12*
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	0.06	0.03	0.42*
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	0.12	0.06	0.75*

* $p < 0.05$

$R = 0.63$

$R^2 = 0.42$

$SE_{est} = 0.85$

$F = 1.36^*$

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 42 โดยพบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ตามลำดับ

Z แทน คะแนนมาตรฐาน

X_1 แทน แรงจูงใจทางกายภาพ

X_2 แทน แรงจูงใจทางวัฒนธรรม

X_3 แทน แรงจูงใจระหว่างบุคคล

X_4 แทน แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.24 + 0.20 (X_1) + 0.01 (X_2) + 0.06 (X_3) + 0.12 (X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.10 (X_1) + 0.01 (X_2) + 0.03 (X_3) + 0.06 (X_4)$$

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดย

แรงจูงใจทางกายภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.10

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.01

แรงจูงใจระหว่างบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.01

แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.06

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี และ 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน วิธีการศึกษาคือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.08 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 61.70 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 57.31 มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 50.29 และมีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 82.75

1.2 ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x})=4.76) รองลงมา ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.75) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x})=4.51) และด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x})=4.46)

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.85) รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมความบันเทิงที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.78) สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.71) และสถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.66)

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.83) รองลงมา ระยะทางและเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.78) สภาพถนนมีสภาพดีได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.76) และมีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.69)

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.85) รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสัญญาณมือถือและอินเทอร์เน็ตได้ดี มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.81) สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.34) และสถานที่ท่องเที่ยวมีทางเท้า/ทางลาดชันสำหรับผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.05)

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.84) รองลงมา มีบริการที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.83) มีบริการรถรับ-ส่ง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.10) และมีบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.08)

1.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.60) รองลงมา แรงจูงใจระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.57) แรงจูงใจทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) และแรงจูงใจทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =3.91)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.75) รองลงมา เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.61) และเพื่อส่งเสริมสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.02)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =3.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.06) รองลงมา เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =3.85) และเพื่อร่วมพิธีกรรมทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =3.83)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อใช้เวลาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.69) รองลงมา เพื่อมีส่วนร่วมในสังคม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.68) และเพื่อพบปะเพื่อนใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.34)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.74) รองลงมา เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.61) และเพื่อพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (\bar{x} =4.44)

1.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 64.62 มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 – 2 วัน ร้อยละ 66.96 มีช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 45.32 มีสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/เพื่อน ร้อยละ 57.89 และมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 5,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 51.17

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า

2.1.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.2 อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี, 51 ปี ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี, 51 ปี ขึ้นไป จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.3 สถานภาพของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพสมรส, แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยาวที่มีสถานภาพโสด มีมากกว่านักท่องเที่ยวยาวที่มีสถานภาพสมรส, หม้าย/หย่าร้าง, แยกกันอยู่ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.4 อาชีพของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, เกษตรกรรม /ประมง ส่วนนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว, เกษตรกรรม /ประมง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพเกษตรกรรม /ประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยาวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีมากกว่านักท่องเที่ยวยาวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกรรม/ประมง จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.5 รายได้ของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 50,000 บาท และนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยาวที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีมากกว่านักท่องเที่ยวยาวที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท, 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.10, 0.15, 0.14, 0.03 ตามลำดับ โดย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่งผลทางบวก ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 0.58 โดยที่ตัวพยากรณ์สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 33 ($R^2=0.33$) มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.84

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.83 + 0.21 (X_1) + 0.35 (X_2) + 0.30 (X_3) + 0.07 (X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.10 (X_1) + 0.15 (X_2) + 0.14 (X_3) + 0.03 (X_4)$$

4. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี มีค่าเท่ากับ 0.10, 0.01, 0.03, 0.06 ตามลำดับ โดยแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลทางบวก ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 0.63 โดยที่ตัวพยากรณ์สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 42 ($R^2=0.42$) มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.85

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.24 + 0.20 (X_1) + 0.01 (X_2) + 0.06 (X_3) + 0.12 (X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.10 (X_1) + 0.01 (X_2) + 0.03 (X_3) + 0.06 (X_4)$$

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ มี

ค่าเฉลี่ยต่ำสุด สอดคล้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครของ ฉวีรัฐพัชร กัญจนรัตน์ และ กุลพิชญ์ โภคยอุดม (2563) โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การที่จะให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม ทรัพยากรท่องเที่ยวใดก็ตาม มักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย ได้แก่ ต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคม ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตรา และสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ดังนั้น ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม จึงอยู่ในระดับมากที่สุด

2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา แรงจูงใจระหว่างบุคคล แรงจูงใจทางกายภาพ และแรงจูงใจทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด สอดคล้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดจตุจักรของนักท่องเที่ยวของ ปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ในระดับมาก ผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยซึ่งมีผลต่อการผลักดันให้บุคคลนั้นทำการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าความเข้าใจดังกล่าวนี้เป็นส่วนช่วยให้เกิดจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว และในท้ายที่สุดจะเป็นส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมขึ้นแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างที่จะก่อให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมทางสังคม และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันไป ดังนั้น แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม จึงอยู่ในระดับมากที่สุด

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 – 2 วัน มีช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ มีสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/เพื่อน และมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 5,001 บาท ขึ้นไป สอดคล้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครของ พลอยระพี ชลวณิช (2555) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 2 วัน มีช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยว ช่วงคืนวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า พฤติกรรมของมนุษย์ อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน การแสดงออกอาจแสดงออกได้ หลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจ ส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตนเอง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากสังคม แต่สำหรับบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจาก ความต้องการหลีกเลี่ยงภาระกิจในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซาก รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากเห็น อยากมีประสบการณ์แปลกใหม่ ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด ชลบุรี จึงมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

4. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมของ วีรพร รอดทัศนาศ (2559) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมที่เดินทางมาวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน ผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เป็น พฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้ บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งใน ด้านพฤติกรรม การบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ ให้บริการต้อนรับ สนใจศึกษาและมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็นนั้น เพื่อสร้างความ พพอใจสูงสุดให้แก่ นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความพึงใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้น ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ จึงส่งผล ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

5. ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่ง อำนาจความสะดวก และด้านการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษา องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของ มาศสุภา นิมบุญจาซ (2558) ซึ่งพบว่า ความคิดเห็นนักท่องเที่ยว เชนิเวศที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศเขาสันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ เหตุการณ์ สถานที่ที่เกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจ เกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว ความสะดวกสบาย ที่ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็น สิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีระบบการขนส่ง ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง โดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง ดังนั้น ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

6. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ผลการทดสอบสมมติฐานของ คิวพร มีนาภา (2561) ซึ่งพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยปรากฏออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า แรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อเวลา สถานที่ และประเภทการท่องเที่ยวใดๆ ที่ผู้บริโภคปฏิบัติตามการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมาก ซึ่งไปที่สิ่งที่มีอยู่จริง ทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน ดังนั้น แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง จึงส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

3.1.1 จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน และมีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรส่งเสริมให้สถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีการคมนาคมที่สะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน และมีร้านจำหน่ายสินค้า

3.1.2 จากผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี เพื่อใช้เวลา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น และเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ดังนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ควรส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี ใช้เวลาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น และเรียนรู้สิ่งใหม่ได้

3.1.3 จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1 – 2 วัน มีช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ มีสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/เพื่อน และมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 5,001 บาท ขึ้นไป ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ควรปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีให้มากที่สุด

3.1.4 จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างกัน

3.1.5 จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่เขตรับผิดชอบ ควรสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวมีการปรับปรุงสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ ให้มากขึ้น

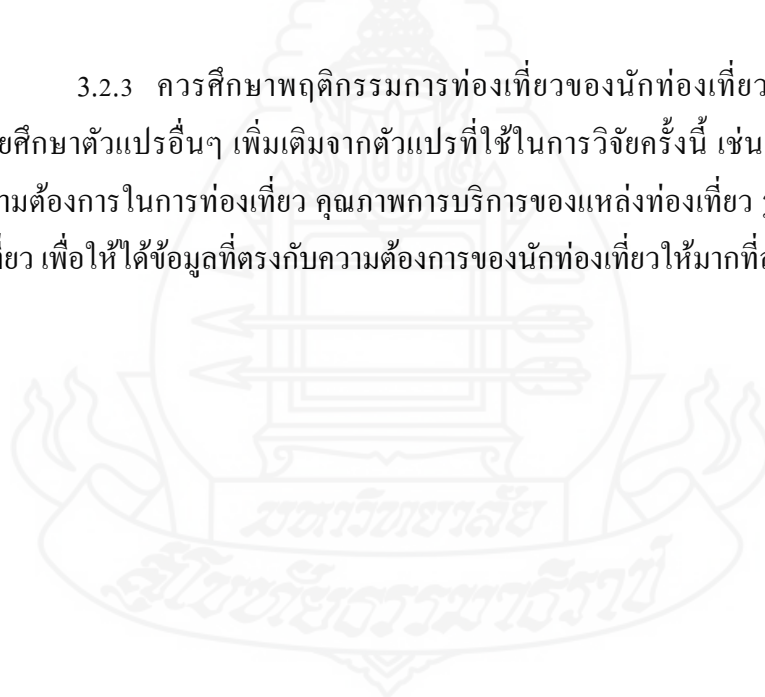
3.1.6 จากผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ควรประสานงานกันเพื่อส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยว

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

3.2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

3.2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี โดยศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติมจากตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชน ความต้องการในการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2544). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทธิศรี ชูชาติ. (2543). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ณัฐพัชร์ กาญจนรัตน์ และ กุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2563). *องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษกร แก้วมีจิน. (2546). *ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. (2553). *แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. สืบค้นจาก grad.vru.ac.th/pdf-journal/Jour Is./.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาคพิมพ์.
- พรทิพย์ วรรกิจโกคาธร. (2529). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พลอยระวี ชลวณิช. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาศศุภา นิมบุญจาซ. (2558). *การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกวัว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรพร รอดทัศนาศ. (2559). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิวพร มีนาภา. (2561). *ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว : Tourist behavior*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- สุกัญญา เจริญศรี. (2552). *การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (Tsunami) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุพุมลย์ หนูมาศ. (2557). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมวัดและพิพิธภัณฑสถานศึกษา วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุวิรัตน์ สโภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: อินทนิล.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี. (2563). *รายงานประจำปี 2563*. ชลบุรี: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี.
- สำนักงานจังหวัดชลบุรี. (2563). *รายงานประจำปี 2563*. ชลบุรี: สำนักงานจังหวัดชลบุรี.
- อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และ สุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง*. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ.
- Cohen, E. (1979). *Rethinking the Sociology of Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 6, 18-35.
- Cooper, C., & Boniface, B.G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.
- McIntosh R.W., & Goeldner, C.R. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Pearce, P., Morrison, A.M., & Rutledge, J.L. (1998). *Tourism: Bridges across continents*. Sydney: McGraw-Hill.

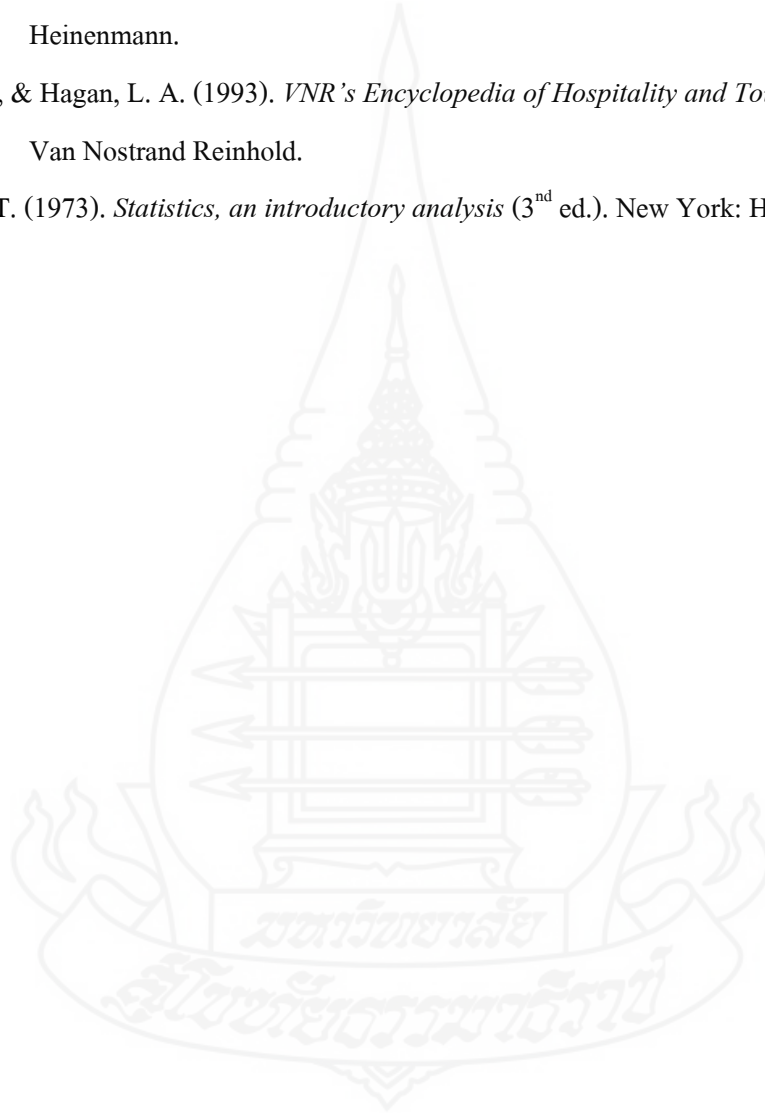
Perreault, W.D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. (1979)., *A Psychological Classification of Vacation Life - Style*, *Journal of Leisure Research*.

Pizam A., & Mansfield, Y. (Eds). (1999). *Consumer behavior in travel and tourism*. New York: Haworth.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford, Butterworth-Heinemann.

Uysal, M., & Hagan, L. A. (1993). *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Yamane, T. (1973). *Statistics, an introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ทั้งหมด

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	33

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	54.4000	126.110	.616	.916
a2	54.5667	119.978	.705	.913
a3	54.2667	124.340	.661	.915
a4	54.9333	113.582	.672	.915
b1	54.6333	112.102	.732	.912
b2	54.5333	113.982	.844	.908
b3	54.5333	113.361	.848	.907
b4	54.3000	119.321	.794	.910
c1	54.2000	118.579	.680	.913
c2	54.3333	122.644	.613	.915
c3	53.4333	130.806	.352	.921
c4	53.9000	125.541	.574	.916
d1	53.4000	131.559	.353	.921
d2	53.3667	124.999	.456	.920
d3	53.3000	124.286	.634	.915
d4	53.4000	126.041	.416	.921

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aa1	37.4667	92.533	.378	.910
aa2	37.4667	93.361	.476	.904
aa3	37.4667	95.982	.412	.907
bb1	37.3333	97.057	.343	.909
bb2	38.7333	80.685	.706	.895
bb3	39.0000	82.483	.666	.897
cc1	38.5333	85.361	.761	.892
cc2	38.4667	84.671	.829	.889
cc3	38.6000	81.214	.782	.890
dd1	38.4000	85.214	.787	.891
dd2	38.4000	84.938	.736	.893
dd3	38.4667	85.292	.710	.894

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
r1	12.2333	10.944	.586	.909
r2	12.0000	10.414	.807	.848
r3	12.0333	10.171	.874	.831
r4	11.7667	11.633	.834	.851
r5	11.8333	12.282	.637	.886



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี
3. แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน เพียง 1 ช่อง ที่ตรงกับคุณสมบัติของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 21 – 30 ปี
 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี
 51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด สมรส
 หม้าย/หย่าร้าง แยกกันอยู่

4. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท
 เกษตรกรรม/ประมง อื่นๆ

5. รายได้

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 50,000 บาท 50,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม					
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมความบันเทิงที่น่าสนใจ					
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
1. การคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย					
2. มีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน					
3. ระยะทางและเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม					
4. สภาพถนนมีสภาพดีได้มาตรฐาน					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน					
2. สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสัญญาณมือถือและอินเทอร์เน็ตได้ดี					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีทางเท้า/ทางลาดชันสำหรับผู้พิการ					
ด้านการบริการ					
1. มีบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์					
2. มีบริการรถรับ-ส่ง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีบริการที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม					
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
แรงจูงใจทางกายภาพ					
1. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
2. เพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย					
3. เพื่อส่งเสริมสุขภาพ					
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม					
1. เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม					
2. เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและประเพณี					
3. เพื่อร่วมพิธีกรรมทางวัฒนธรรม					
แรงจูงใจระหว่างบุคคล					
1. เพื่อพบปะเพื่อนใหม่					
2. เพื่อใช้เวลา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น					
3. เพื่อมีส่วนร่วมในสังคม					
4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง					
1. เพื่อพัฒนาตนเอง					
2. เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่					
3. เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน เพียง 1 ช่อง ที่ตรงกับคุณสมบัติของท่าน

1. วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวคือข้อใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ | <input type="checkbox"/> เพื่อประชุม สัมมนา อบรม |
| <input type="checkbox"/> เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน | <input type="checkbox"/> เพื่อชมการแสดงหรือความบันเทิง |

2. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวคือข้อใด

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 – 2 วัน | <input type="checkbox"/> 3 – 4 วัน |
| <input type="checkbox"/> 5 – 6 วัน | <input type="checkbox"/> 7 วัน ขึ้นไป |

3. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือข้อใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> วันธรรมดา | <input type="checkbox"/> วันเสาร์ – อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> วันหยุดติดต่อกันหลายวัน |

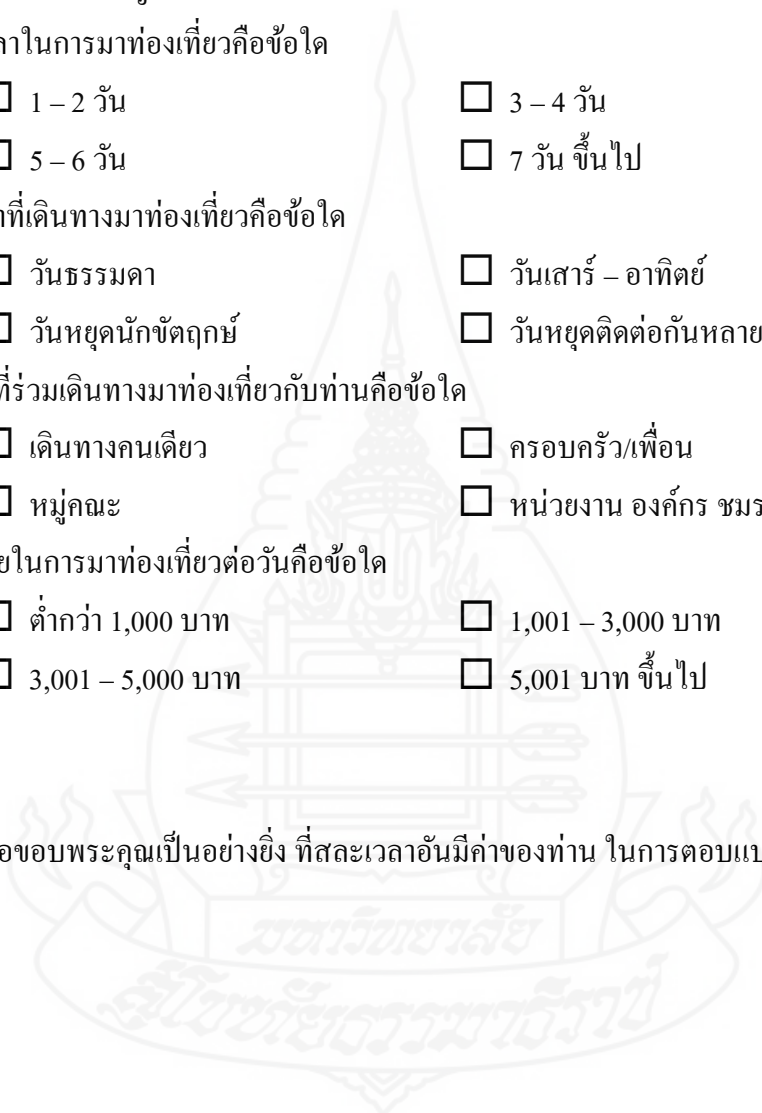
4. สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวกับท่านคือข้อใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เดินทางคนเดียว | <input type="checkbox"/> ครอบครัว/เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> หมู่คณะ | <input type="checkbox"/> หน่วยงาน องค์กร ชมรม |

5. ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อวันคือข้อใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,001 – 3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,001 – 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001 บาท ขึ้นไป |

*** ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ที่สละเวลาอันมีค่าของท่าน ในการตอบแบบสอบถาม ***



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-นามสกุล	นางสาว นภัชลักษณ์ เอ็ม โคนสูง (กวางตุ้ง)
วัน เดือน ปี เกิด	13 มีนาคม 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดสระบุรี
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
สถานที่ทำงาน	บริษัท ปิ่นทอง อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด (มหาชน) จังหวัดชลบุรี
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่ธุรการพื้นที่ส่วนกลางฯ

