

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของ กรุงเทพมหานคร

The motivation for tourism involving water recreation activities in the parks of Bangkok Metropolis

กชกร พิงชัยภูมิ¹, ณัฐนิชา แสงศิริ¹ และกฤติกา สายณะรัตรชัย^{1*}

Kochakon Pingchaiyaphum¹, Nattanicha Saengsiri¹ and Krittika Saynaratchai^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร จำนวน 388 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15 – 20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2 - 3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมทางน้ำและพักผ่อน โดยนิยมเดินทางไปทำกิจกรรมทางน้ำในสวนเบญจกิติ โดยนิยมปั่นเรือเปิดกับเพื่อนมากที่สุด ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 100 – 200 บาท และรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจด้านกายภาพ, แรงจูงใจด้านสถานภาพ และแรงจูงใจส่วนบุคคล ตามลำดับ มีเพียงแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและแต่ละสวนสาธารณะ พบว่าในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว, กิจกรรมนันทนาการทางน้ำ, สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

¹คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

¹Faculty of Environmental Culture and Ecotourism (Integrated Tourism Management)

*Corresponding author e-mail: Krittikas@g.swu.ac.th

Abstract

This research aimed to study tourist behavior and motivation for tourism involving water recreation activities in the parks of Bangkok metropolis. The samples used in the study were Thai tourists who traveled to engage in water recreation activities in the parks, totaling 388 people. The data were analyzed using computer programs for frequency, percentage, mean, standard deviation, and One-way ANOVA. The research results were found that respondents were the females aged between 15 - 20 years old, who were students pursuing bachelor's degree, with a monthly salary of under 15,000 baths. Respondents had traveled to water recreation activities in the parks in Bangkok the 2-3 times. Their main purpose of visiting was to relax and engage in water recreation activities. Most of the respondents have traveled to the Benjakitti park to do Paddle Boating with their friends on weekends. Respondents had spent between 100 - 200 Bath on travel. They obtained information about water recreation activities from social media platforms such as Facebook. The motivation for tourism involving water recreation activities in the parks of Bangkok metropolis was ranked at a high level in terms of physical motivation, status motivation, and interpersonal motivation, respectively, whereas emotional motivation was ranked at the highest level. The difference in salary and each park did not affect the motivations towards the overall motivation for tourism involving water recreation activities in the parks of Bangkok metropolis.

Keywords: Motivation for Tourism, Water recreation activities, Parks in Bangkok Metropolis

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากสถิติทางการท่องเที่ยวปี 2566 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 56,263,370 คน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 17,636,920 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) เนื่องจากในกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม ห้างสรรพสินค้า ตลาดน้ำ ถนนคนเดิน รวมถึงสวนสาธารณะก็เป็นหนึ่งในสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวด้วยกัน เพราะสวนสาธารณะเป็นพื้นที่สีเขียวที่คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ออกกำลังกาย และทำกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อนหรือครอบครัว โดยสถิติของผู้ที่มาใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนมากถึง 18,609,740 คน (สำนักสิ่งแวดล้อม, 2566) อาจด้วยเหตุผลที่สวนสาธารณะในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแค่สถานที่ที่มีพื้นที่สีเขียวหรือสถานที่ออกกำลังกายเท่านั้น แต่กลายเป็นสถานที่ที่ถูกจัดให้มีความสวยงาม ร่มรื่น เดินทางเข้าถึงได้สะดวก ติดกับสถานที่สำคัญ รวมถึงได้มีการนำธรรมชาติและ กิจกรรมหลากหลายรูปแบบมาจัดในสวนสาธารณะ เช่น เทศกาลดนตรี งานกาชาด ฯลฯ เพื่อเพิ่มมูลค่าและค่านิยมในสวนสาธารณะ (เวิร์คพอยต์ทูเดย์, 2567) อีกทั้งยังมีกิจกรรมนันทนาการให้เลือกทำหลากหลายประเภท โดยกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในสวนสาธารณะ ได้แก่ การนั่งพักผ่อนชมธรรมชาติ การออกกำลังกาย การถ่ายรูป การปั่นจักรยาน การเดินเล่น รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ เช่น การพายเรือคายัค และการปั่นเรือเป็ด (ทริโอดี, 2563) ซึ่งปัจจุบันกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

ถูกจัดให้เป็นหนึ่งกิจกรรมที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมในหลายพื้นที่จึงทำให้กิจกรรมนันทนาการทางน้ำกลายเป็นที่นิยมมากขึ้นในสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครอีกด้วย ทั้งในสวนลุมพินี สวนเบญจกิติ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) มีเพียงสวนหลวงร.9 แห่งเดียวที่มีการเก็บค่าใช้จ่าย ซึ่งถือได้ว่าเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในเรื่องการกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถเดินทางเข้าถึงสวนสาธารณะและร่วมกิจกรรมได้สะดวก ใช้เป็นแหล่งนันทนาการครอบครัว และเหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสั้น ๆ และถือว่ายังได้พักผ่อนและสุขภาพที่ดีอีกด้วย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร อันนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานครต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

สวอร์บรูค (Swarbrooke, 1999) ให้ความหมายของคำว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ออกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่แตกต่างกันไปตามปัจเจกบุคคล ดังนี้

1) แรงจูงใจด้านกายภาพ (Physical) เป็นแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อน เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเหนื่อยล้าจากการทำงานและการดำเนินชีวิต จึงหาสถานที่ ๆ เต็มพลังในการใช้ชีวิตในการกลับไปทำกิจวัตรแบบเดิม ๆ อีกครั้ง

2) แรงจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional) เป็นแรงจูงใจการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึก เช่น การผจญภัย การหลีกเลี่ยงความจำเจ ความสมหวัง ความพ้อฝัน หนีความเครียด โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวเติมเต็มทางด้านอารมณ์ให้มีความรู้สึกสมบูรณ์แบบในชีวิต

3) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Interpersonal) เป็นแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัว เช่น การได้พบปะเพื่อนฝูง การเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง การพบปะเพื่อนใหม่ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางในการเดินทางพบปะกัน

4) แรงจูงใจด้านสถานภาพ (Status) เป็นแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความชื่นชม ได้เป็นจุดสนใจเป็นที่ยอมรับในสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการทำงานหรือการใช้ชีวิตให้ดูมีบุคลิกที่ดีและมีความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีมาสวอร์บรูค (Swarbrooke, 1999) ใช้ในการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เนื่องจากทฤษฎีของสวอร์บรูคนี้เป็นพื้นฐานของทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งได้กล่าวครอบคลุมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจจากทั้งภายนอกและภายในตัวบุคคลที่เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความต้องการของมนุษย์ โดยได้เลือกในประเด็นแรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ แรงจูงใจส่วนบุคคล และแรงจูงใจด้านสถานภาพ เนื่องจากสอดคล้องกับบริบทของกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

2. แนวคิดและทฤษฎีกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวทางน้ำ

ปักธงชัย มณีรัตน์ (2562) ให้ความหมายของคำว่ากิจกรรมนันทนาการทางน้ำไว้ว่าเป็นกิจกรรมที่ทำอยู่ในน้ำ การเคลื่อนไหวบนผิวน้ำหรือใต้น้ำ โดยกระทำทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนไหวร่างกายโดยการใช้อุปกรณ์หรือไม่มีการใช้อุปกรณ์ใด ๆ รวมถึงการพายเรือคายัค และปั่นเรือเป็ด เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ให้ความหมายของคำว่าท่องเที่ยวทางน้ำไว้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เน้นการใช้เส้นทางน้ำเป็นสื่อกลางการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทางน้ำอาจจะออกมาในรูปแบบของการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับทางน้ำหรือเป็นการท่องเที่ยวแบบสนุกสนานเพลิดเพลินและพักผ่อน ซึ่งมีการทำกิจกรรมตามลักษณะรูปแบบต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่

สรุปได้ว่ากิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวทางน้ำ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เน้นการใช้เส้นทางน้ำเป็นสื่อกลางการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทางน้ำอาจจะออกมาในรูปแบบของการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับทางน้ำ กิจกรรมที่ทำอยู่ในน้ำ หรือบนผิวน้ำ หรือใช้เส้นทางน้ำในการท่องเที่ยว ดังนั้นการพายเรือคายัค และปั่นเรือเปิดในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร จึงถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการทางน้ำรูปแบบหนึ่ง

3. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

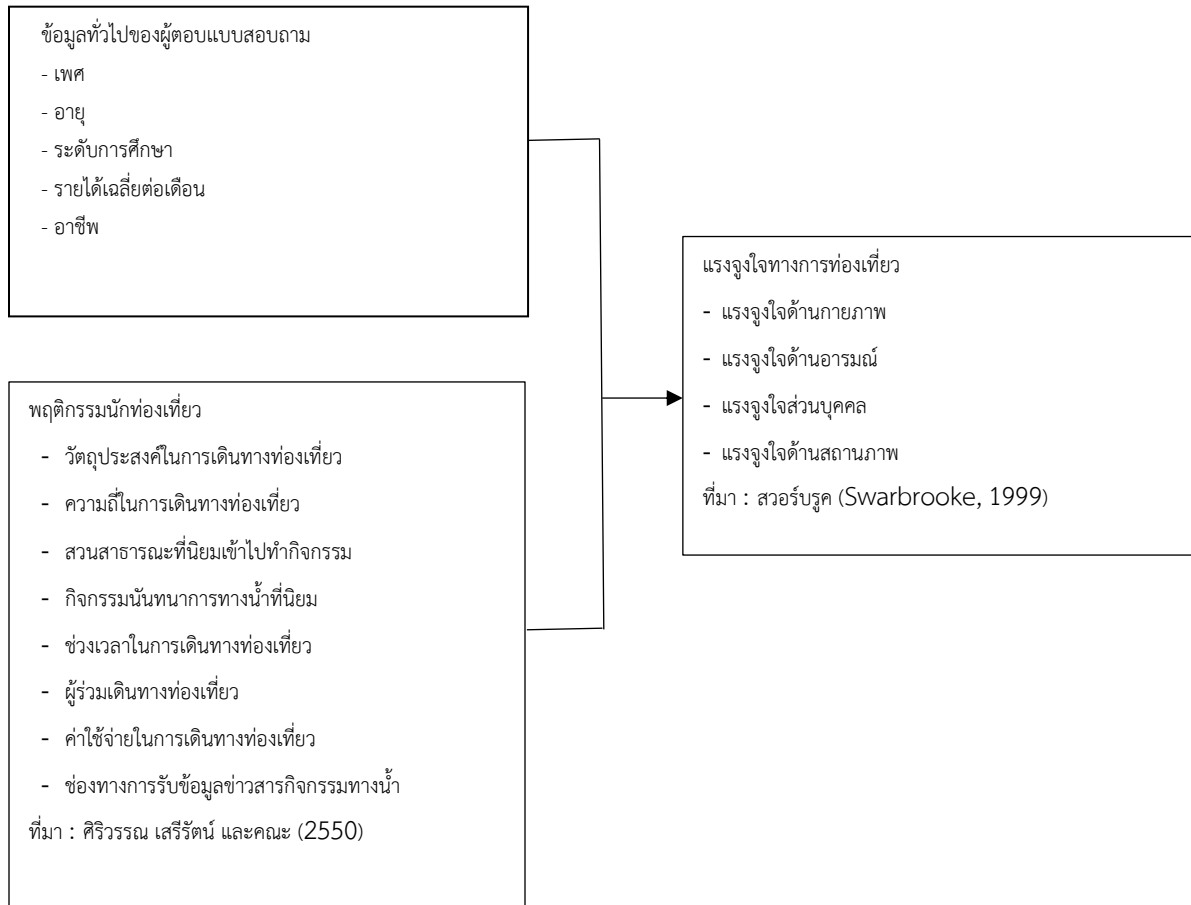
ปณิศา มีจินดา (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การใช้และการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง โดยกระบวนการของนักท่องเที่ยว หรือผู้บริโภคต้องใช้หลัก 6Ws1H ในการวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการกระทำของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ดังนี้ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ 2) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกและปัจจัยเฉพาะบุคคล 3) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อและผู้ซื้อ 4) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด เพื่อให้ทราบถึงโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของปี โอกาสพิเศษ ฤดูกาลหรือเทศกาลวันสำคัญ 5) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน เพื่อให้ทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง เช่น สำนักงาน ตัวแทนจำหน่าย 6) ผู้บริโภคซื้ออะไร เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และ 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมิน

สรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การใช้ และการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคมักใช้หลัก 6Ws1H ในการวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการกระทำของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค

4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีกิจกรรมทางน้ำ

สวนสาธารณะเป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับชีวิตและความเป็นอยู่แบบเมือง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการด้านการพักผ่อนหย่อนใจทางความเครียดและการออกกำลังกาย (กรมพลศึกษา, 2562) โดยกรุงเทพมหานครมีนโยบายในการทำพื้นที่สาธารณะให้มีชีวิตเพื่อให้ประชาชนได้ออกมาใช้ชีวิต ใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมร่วมกัน สร้างความรักความสามัคคีภายในครอบครัว จึงจัดให้มีบริการกิจกรรมทางน้ำในพื้นที่สวนสาธารณะโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย 3 แห่ง ได้แก่ สวนเบญจกิติ สวนลุมพินี และสวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) มีเพียงสวนหลวง ร.9 แห่งเดียวที่มีค่าใช้จ่าย (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2567)

5. กรอบแนวความคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ สวนเบญจกิติ สวนลุมพินี สวนวชิรเบญจทัศ และสวนหลวง ร.9 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2567) แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงใช้สูตรการกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างอิงถึงในธีรรุณี เอกะกุล, 2549)

โดยใช้สูตร
$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ คือ 95% มีค่า $z = 1.96$

$$\text{แทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$
$$n = 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่ให้มีจำนวนเท่ากัน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวนเท่า ๆ กัน แห่งละ 97 คน ทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ สวนเบญจกิติ สวนลุมพินี สวนวชิรเบญจทัศ และสวนหลวง ร.9 รวมทั้งสิ้น 388 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว สวนสาธารณะที่นิยมเข้าไปทำกิจกรรม กิจกรรมนันทนาการทางน้ำที่นิยม ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารกิจกรรมทางน้ำ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ แรงจูงใจส่วนบุคคล และแรงจูงใจด้านสถานภาพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ มากน้อย 5 ระดับ (Likert Scale) จากส่วนที่ 3 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักและคะแนนจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น (ยูทธ ไกยวรรณ์, 2545) โดยได้ค่าเฉลี่ยแล้วจึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับคะแนนเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

คะแนน	แรงจูงใจ
คะแนน 1 = 1.00 – 1.80	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด
คะแนน 2 = 1.81 – 2.60	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อย
คะแนน 3 = 2.61 – 3.40	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง
คะแนน 4 = 3.41 – 4.20	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมาก
คะแนน 5 = 4.21 – 5.00	หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด

ขั้นตอนการสร้าง และการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อสร้างแบบสอบถาม ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบ เพื่อพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามโดยวิธีตรวจสอบความตรง จากการทำค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์และเนื้อหา (IIOC : Index of item objective congruence) ซึ่งค่าที่ได้ต้องใกล้เคียง 1 มากที่สุดหรือมากกว่า 0.6 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) โดยค่าที่ได้เท่ากับ 0.85

3) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (Try Out) หลังจากนั้นนำมาหาความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุดหรือ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally & Bemstein, 1994) โดยค่าที่ได้เท่ากับ 0.93 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบความเรียง
- 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าความถี่และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบความเรียง
- 3) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบความเรียง
- 4) การเปรียบเทียบแรงจูงใจกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสวนสาธารณะที่นิยมในการทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยโดยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัย

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 มีอายุ 15 – 20 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20

1.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมทางน้ำและพักผ่อน จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2 - 3 ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 นิยมเดินทางไปทำกิจกรรมทางน้ำในสวนเบญจกิติ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 ซึ่งนิยมปั่นเรือเป็ด จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 97.40 โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 และมีเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 100 - 200 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร	\bar{x}	s.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. แรงจูงใจด้านกายภาพ	4.15	0.58	มาก
1.1 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย	4.29	0.76	มากที่สุด
1.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ	4.15	0.76	มาก

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของ กรุงเทพมหานคร	\bar{x}	s.D.	ระดับ แรงจูงใจ
1.3 มีป้ายสื่อความความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกตำแหน่งที่ตั้ง	4.09	0.81	มาก
1.4 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.13	0.80	มาก
1.5 มีกิจกรรมทางน้ำที่น่าสนใจ	4.08	0.83	มาก
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์	4.37	0.58	มากที่สุด
2.1 ทำให้รู้สึกผ่อนคลายจากความเครียด	4.49	0.65	มากที่สุด
2.2 ทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	4.43	0.67	มากที่สุด
2.3 ทำให้รู้สึกหลุดพ้นจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ	4.38	0.70	มากที่สุด
2.4 ทำให้รู้สึกได้รับการเยียวยาจิตใจ	4.35	0.74	มากที่สุด
2.5 ทำให้รู้สึกบรรเทาความเหนื่อยล้า	4.20	0.83	มาก
3. แรงจูงใจส่วนบุคคล	3.99	0.68	มาก
3.1 ต้องการพบปะผู้คนใหม่ ๆ	3.54	1.07	มาก
3.2 ต้องการทำกิจกรรมกลางแจ้ง	3.79	1.00	มาก
3.3 ต้องการใช้เวลาส่วนตัว	4.25	0.82	มากที่สุด
3.4 ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ	4.55	0.65	มากที่สุด
3.5 ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม	3.80	1.03	มาก
4. แรงจูงใจด้านสถานภาพ	4.05	0.69	มาก
4.1 การเดินทางมาทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพที่ดี	3.97	0.88	มาก
4.2 เพิ่มพูนความรู้ความสามารถและประสบการณ์ให้แก่ชีวิต	3.94	0.84	มาก
4.3 การเดินทางมาทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำช่วยให้รู้สึกตนเองมีคุณค่า	3.91	0.85	มาก
4.4 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล	4.13	0.84	มาก
4.5 สร้างสถานภาพด้านบวกให้กับตนเอง เช่น รักสุขภาพ ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	4.29	0.78	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.14	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$) ทั้งแรงจูงใจด้านกายภาพ ($\bar{x} = 4.15$) แรงจูงใจด้านสถานภาพ ($\bar{x} = 4.05$) และแรงจูงใจส่วนบุคคล ($\bar{x} = 3.99$) ตามลำดับ มีเพียงแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$)

แรงจูงใจด้านกายภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย แรงจูงใจด้านอารมณ์ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายจากความเครียด แรงจูงใจส่วนบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ และแรงจูงใจด้านสถานภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สร้างสถานภาพด้านบวกให้กับตนเอง เช่น รักสุขภาพ ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								F	P-value
	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		มากกว่า 35,000 บาท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. แรงจูงใจด้านกายภาพ	4.11	0.60	4.10	0.56	4.36	0.44	4.29	0.56	2.76	0.042*
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์	4.40	0.58	4.21	0.56	4.44	0.53	4.45	0.59	2.80	0.040*
3. แรงจูงใจส่วนบุคคล	4.00	0.69	3.89	0.70	4.06	0.54	4.06	0.64	0.95	0.417
4. แรงจูงใจด้านสถานภาพ	4.08	0.70	3.93	0.65	4.16	0.68	4.03	0.71	1.44	0.232
ภาพรวม	4.15	0.54	4.03	0.49	4.26	0.45	4.21	0.50	2.07	0.103

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแรงจูงใจด้านกายภาพ และแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างด้านแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ระหว่างสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ

แรงจูงใจที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร	สวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ								F	P-value
	สวนเบญจกิติ		สวนลุมพินี		สวนวชิรเบญจทัศ		สวนหลวง ร.9			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. แรงจูงใจด้านกายภาพ	4.16	0.54	4.20	0.55	4.21	0.59	4.01	0.62	2.49	0.060
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์	4.33	0.57	4.39	0.55	4.41	0.59	4.34	0.60	0.41	0.750
3. แรงจูงใจส่วนบุคคล	3.94	0.70	3.99	0.62	4.13	0.62	3.86	0.74	3.00	0.031*
4. แรงจูงใจด้านสถานภาพ	4.03	0.69	4.01	0.67	4.14	0.65	4.00	0.75	0.91	0.435
ภาพรวม	4.11	0.52	4.15	0.45	4.22	0.52	4.05	0.57	1.87	0.134

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแรงจูงใจส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15 – 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าสวนสาธารณะเป็นสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติเหมาะสมสำหรับทำกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดและพักผ่อนหย่อนใจ สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก รวมถึงไม่มีการเก็บอัตราค่าบริการและค่าเข้าร่วมกิจกรรม จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหลากหลายเพศ และกลุ่มอายุให้นิยมเดินทางมาพักผ่อน ตามหาธรรมชาติ

และทำกิจกรรมต่างๆ ภายในสวนสาธารณะกันมากขึ้น โดยเฉพาะเพศหญิงที่ให้ความสนใจด้านสุขภาพกันมากขึ้น และกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เป็นกลุ่มที่มีเวลาและชอบทำกิจกรรมต่างๆ มากกว่าช่วงวัยอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตพร พิสัยพันธ์ และคณะ (2559) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อายุระหว่าง 15 – 24 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมทางน้ำและพักผ่อน มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2 - 3 ครั้ง นิยมเดินทางไปทำกิจกรรมทางน้ำในสวนเบญจกิติ ซึ่งนิยมปั่นเรือเปิด โดยเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และมีเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 100 - 200 บาท รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในปัจจุบันคนส่วนใหญ่แสวงหาธรรมชาติ และหันมาสนใจกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น จึงนิยมมาทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกายในสวนสาธารณะกันมากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากสวนสาธารณะจะเป็นสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพักผ่อน ทำให้รู้สึกผ่อนคลายแล้ว ยังมีกิจกรรมให้เลือกทำได้หลากหลาย ทั้งกิจกรรมทางกาย กีฬา กิจกรรมนันทนาการทางน้ำ และการท่องเที่ยว ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง กับครอบครัว และกับกลุ่มเพื่อน ทั้งยังสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวกสบายอีกด้วย ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ดึงดูดใจให้คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตพร พิสัยพันธ์ และคณะ (2559) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้สวนสาธารณะเพื่อสุขภาพ/ออกกำลังกาย และเดินทางมาสวนสาธารณะกับเพื่อน ทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุภิเขต เวฬุวนารักษ์ (2562) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมเดินเล่น พักผ่อน นั่งเล่นในสวนสาธารณะกับกลุ่มเพื่อน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยณัฐนิชา หนองหงอก (2559) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยนิยมเดินทางกับเพื่อน

2.3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งแรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านสถานภาพ และแรงจูงใจส่วนบุคคล ตามลำดับ มีเพียงแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยแรงจูงใจด้านกายภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย แรงจูงใจด้านอารมณ์นั้น ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายจากความเครียด แรงจูงใจส่วนบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ และแรงจูงใจด้านสถานภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สร้างสถานภาพด้านบวกให้กับตนเอง เช่น ดูแลสุขภาพใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะล้วนมีความต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ ต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน บรรเทาความเหนื่อยล้า ทำให้รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับการท่องเที่ยวและการทำกิจกรรมทางน้ำ พร้อมทั้งยังสามารถพัฒนาสถานภาพด้านบวกให้กับตนเองได้ในขณะพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฮัลคอร์ส และคณะ (Halkos et al., 2021) ที่พบว่าแรงจูงใจหลักที่มีผลกับการเข้าใช้สวนสาธารณะ คือ แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ที่ต้องการผ่อนคลายคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน ในขณะที่การเดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบายก็เป็นแรงจูงใจที่สามารถดึงดูดใจให้คนเดินทางท่องเที่ยวในสวนสาธารณะได้มากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัลยา รุ่งโรจน์กำเนิด (2565) ที่พบว่าผู้ใช้สวนสาธารณะส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงสวนสาธารณะ เนื่องจากมีระยะการเดินทางที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย โดยสวนสาธารณะที่เดินทางเข้าถึงง่ายทำให้คนเกิดความสนใจเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าสวนสาธารณะที่เดินทางเข้าถึงลำบาก

2.4 การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแรงจูงใจด้านกายภาพ และแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละบุคคลนำไปซึ่งการตัดสินใจท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่างๆ แตกต่างกันไปตามรายได้ที่แตกต่างกัน แต่เนื่องด้วยการเข้าใช้สวนสาธารณะไม่มีค่าบริการ และการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการทางน้ำส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานครไม่ได้มีการคิดค่าใช้จ่าย จึงทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ (2563) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์พิชิต จินดาวณิชย์ (2563) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการทางด้านนันทนาการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.5 การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร ระหว่างสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแรงจูงใจส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ารสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ในงานวิจัยล้วนเป็นสวนสาธารณะใจกลางเมืองที่มีความสำคัญ และเป็นสถานที่ที่เดินทางเข้าถึงได้สะดวกสบาย ทั้งยังมีกิจกรรมที่หลากหลาย มีความน่าดึงดูดใจ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะในภาพรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงแรงจูงใจส่วนบุคคลเท่านั้นที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะแต่ละบุคคลอาจมีความรู้สึกและแรงจูงใจในการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ต้องการใช้เวลาส่วนตัว ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ ต้องการมีส่วนร่วมในสังคมแตกต่างกันไปตามปัจเจกบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับกรมประชาสัมพันธ์ (2567) ที่กล่าวว่า การใช้ชีวิตในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร ที่เต็มไปด้วยความวุ่นวาย และมลภาวะ ทำให้ใครหลายคนในมหานครแห่งนี้ นิยมใช้เวลาว่างโดยเฉพาะวันหยุดมาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพลิดเพลินกับธรรมชาติ ความร่มรื่นของต้นไม้ ความสวยงามดอกไม้ และกิจกรรมต่างๆ ภายในสวนสาธารณะ (กระปุกพรวณ, 2567: ทูไรโอดี, 2566) โดยสวนสาธารณะที่คนส่วนใหญ่นิยมมาพักผ่อน และทำกิจกรรม ได้แก่ สวนป่าเบญจกิติ สวนหลวงร.9 สวนลุมพินี และสวนวชิรเบญจทัศ โดยกิจกรรมยอดฮิต คือ พักผ่อนชมธรรมชาติ ออกกำลังกาย ทั้งยังมีกิจกรรมนันทนาการทางน้ำให้บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในหลายพื้นที่ เพื่อให้ประชาชนได้ออกมาใช้ชีวิต ใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมร่วมกัน สร้างความรักความสามัคคีภายในครอบครัว (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15 – 20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 2 - 3 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมทางน้ำและพักผ่อน โดยนิยมเดินทางไปทำกิจกรรมทางน้ำในสวนเบญจกิติ โดยนิยมปั่นเรือเป็ดกับเพื่อนมากที่สุด ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 100 – 200 บาท และรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจด้านกายภาพ แรงจูงใจด้านสถานภาพ และแรงจูงใจส่วนบุคคล ตามลำดับ มีเพียงแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะ ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสวนสาธารณะแต่ละสถานที่ที่นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ พบว่ามีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสวนสาธารณะและกรุงเทพมหานคร ควรมีการเพิ่มกิจกรรมนันทนาการทางน้ำให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้นตามความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงสร้างบรรยากาศให้ร่มรื่น ผ่อนคลาย เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว และทำกิจกรรมนันทนาการทางน้ำในสวนสาธารณะมากยิ่งขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสวนสาธารณะและกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยควรมีการดูแลรักษา ตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมทางน้ำให้มีรูปที่ ดี พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา รวมถึงดูแลรักษาความสะอาดสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายสื่อความหมาย แหล่งน้ำ การจัดการขยะที่ดี ให้สะอาด และน้ำใช้งานอยู่เสมอ
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสวนสาธารณะและกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับมาตรการด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยการเพิ่มกล้องวงจรปิดและจำนวน Lifeguard หรือพนักงานดูแลความปลอดภัย
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสวนสาธารณะและกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมแรงจูงใจส่วนบุคคล โดยสร้างบรรยากาศให้น่าพักผ่อน ได้ใช้เวลาส่วนตัว พร้อมทั้งปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงาม พร้อมเพิ่มพื้นที่สีเขียว สวนดอกไม้ ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ รวมถึงเพิ่มกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งและทางน้ำเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าร่วมกิจกรรม และส่งเสริมแรงจูงใจด้านสถานภาพ โดยสร้างแคมเปญหรือกิจกรรมนันทนาการทางน้ำที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล รวมถึงการนำกิจกรรมนันทนาการมาเป็นสื่อกลางในการพัฒนาความรู้ เสริมสร้างประสบการณ์ คุณค่า สร้างสถานภาพ และภาพลักษณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

ขอกราบขอบพระคุณคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ให้การสนับสนุนเงินทุนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมพลศึกษา. (2562). *องค์ความรู้มาตรฐานอุปกรณ์ สถานที่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกทางนันทนาการในสวนสาธารณะ*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมประชาสัมพันธ์. (2567). *คู่มือท่องเที่ยวพักผ่อนตามสวนสาธารณะใน กทม.* สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567, จาก

https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/002_007?hl=th

กระปุกทราเวล. (2567). *เหนื่อยนักหยุดพัก สวนลุมพินี คลายเครียด*. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2567, จาก

<https://travel.kapook.com/view21504.html>

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้มาเยี่ยมเยือนเดือน มกราคมถึงธันวาคม 2566*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/705>
- กรุงเทพฯธุรกิจ. (2567). *เปิดแล้ว! กิจกรรมทางน้ำ สวนรถไฟ พายคายัค - ปั่นเรือเปิด ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1113299>
- จินตพร พิสัยพันธ์ และคณะ. (2559). *แนวทางการพัฒนาสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ. (2563). *แรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการสวนสาธารณะวชิรเบญจทัศ*. กรุงเทพฯ. ปริญญาโท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐนิชา หนองหงอก. (2559). *การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการทางน้ำ ของการ ท่องเที่ยวที่หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทรูไอดี. (2563). *7 สวนสาธารณะ กรุงเทพฯ เดินชิลรับอากาศบริสุทธิ์ เดิมออกซิเจนบนพื้นที่สีเขียว*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2567, จาก <https://travel.trueid.net/detail/24zm70ngeNyl>
- ทรูไอดี. (2564). *เที่ยวกรุงเทพ ธรรมชาติสวยๆ สวนหลวงร.9 สวนดอกไม้กรุงเทพ ปักหมุด สวนสาธารณะสวย บรรยากาศดี* สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567, จาก <https://travel.trueid.net/detail/g32WWjO4pJOA>
- ทรูไอดี. (2565). *รีวิวเที่ยวชม “สวนป่าเบญจกิติ” สวนป่าสีเขียวแห่งใหม่ ใจกลางกรุงเทพฯ* สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567, จาก <https://travel.trueid.net/detail/y0pqjWjwYkvQ>
- ทรูไอดี. (2566). *สวนรถไฟ สวนวชิรเบญจทัศ ที่เที่ยวกรุงเทพ เดินรับลม ใจกลางเมือง แค่นี้ก็ฟินแล้ว*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567, จาก <https://travel.trueid.net/detail/vX3wMWO6Oxp>
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ปัทมชัย มณีรัตน์. (2562). *ผลของกิจกรรมทางน้ำที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในเด็กสมาธิสั้น*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- พงษ์พิชิต จินดาวณิชย์. (2563). *ความต้องการด้านนันทนาการของประชาชนที่มีต่อสวนสาธารณะจตุจักร*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2545). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วัลยา รุ่งโรจน์กำเนิด และเพ็ญ สุขมาก. (2565). *พฤติกรรม และระดับกิจกรรมทางกายของผู้ใช้สวนสาธารณะเทศบาลเมืองเบตง จังหวัดยะลา*. วารสารออนไลน์. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เวิร์คพอยต์ทูเดย์. (2567). *ส่อง ‘สวนสร้างเมือง’ จากทั่วโลก ผู้สวนสาธารณะไทย ทำอย่างไรให้ถูกใจคนเมือง*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2567, จาก <https://workpointtoday.com/park-in-the-city/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2543). *รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาระบบนิเวศ เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันฯ
- สุภิเชต เวฬุณารักษ์. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้พื้นที่สาธารณะในเขตเมืองผู้สูงอายุ กรณีศึกษา เขตเทศบาลขอนแก่น*. (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สำนักสิ่งแวดล้อม. (2566). สรุปรายจำนวนผู้ใช้บริการในสวนสาธารณะหลักปี 2565. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/environmentbma/page/sub/28230/>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons.
- Halkos et al. (2021). *Activities, motivations and satisfaction of urban parks visitors: A structural equation modeling analysis*. Journal: Elsevier.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijs research*, 2(2), 49-60.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. New York: CABI Publishing.