

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปริญญาานิพนธ์
ของ
อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวตล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
เมษายน 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

9457 613 8

บทคัดย่อ
ของ
อุบลทิพย์ ตังมันภูวดล

h 225070 5.3

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ปรินญาณพนธ์ บข.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : อาจารย์ วรินทร์า ศิริสุทธิกุล, อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ.

ในการวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จำนวน 480 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน รองลงมา คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน รับประทานอาหาร และเป็นทางผ่านในการเดินทาง
3. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติ และเพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต
4. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก คือ ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยองมีความสวยงาม สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลเย็นสบาย ลักษณะของชายทะเลที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำริมทะเลมีความกว้าง ความงดงามของชายทะเลมีความงดงาม ความสะอาดของน้ำทะเลมีความสะอาด ความหลากหลายของชายทะเลมีความหลากหลาย ความสะอาดของหาดทรายมีความสะอาด และความพลุกพล่านบริเวณชายทะเลมีความเจียบสงบ ส่วนปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ เส้นทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลมีความปลอดภัย ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเลมีความสะดวก รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเลมีรสชาติอร่อย ความหลากหลายของร้านอาหารมีความหลากหลาย และนักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกประทับใจกับการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง และจากผลการวิจัยจะพบว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าปัจจัยทางวัฒนธรรม
5. หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจ คือ เกาะเสม็ด และชายทะเลที่นักท่องเที่ยวเลือกในการเล่นน้ำ คือ แหลมแม่พิมพ์
6. นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ มากที่สุด ส่วนสื่อบุคคล คือ เพื่อน
7. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญมาก คือ ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว รองลงมา คือ

การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร

8. พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยมากใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า จะเลือกพักแรมบ้านญาติ/เพื่อน ส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม รองลงมา คือ เดือนเมษายน กิจกรรมที่นิยมมากที่สุด คือ พักผ่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง และรู้สึกประทับใจกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

9. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแยกผลการวิจัยดังนี้

9.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

11. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

12. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิง และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

13. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัย

ทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

14. การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแยกผลการวิจัยดังนี้

14.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

14.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

15. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

FACTORS INFLUENCING THAI TOURISTS' SEASIDE TRAVELLING BEHAVIOR
IN RAYONG

AN ABSTRACT
BY
UBONTIP TANGMANPOOWADOL

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
April 2003

Ubontip Tangmanpoowadol. (2003). *Factors Influencing Thai Tourists' Seaside Travelling Behavior in Rayong*. Master thesis, M.B.A.(Management). Bangkok. : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Miss. Wrinthra Sirisuthikul, Dr. Warangkham Adisornprasert.

The objective of this research is to find out the factors which influence the seaside travelling behavior of Thai tourists' in Rayong. The samples used in this study is a group of 480 Thai travelers visiting beaches and islands in Rayong. Questionnaires are the method of collecting information. Statistics used in data analysis are percentage, average, standard deviation, T-score test, analysis of one-way variance, and calculation of Pearson's simplified coefficient correlation.

Results of the investigation show that:

1. Most Thai travelers to the beaches are male, aged between 26-35, employed by private companies, single, and in the \$10,000 or lower income bracket.
2. The main purpose in visiting Rayong for most Thai travelers is for relaxation. Other Mentioned reasons include visiting relatives/friends, eating good food, and stopping on the way to other destinations.
3. What inspires travelers the most in visiting Rayong is recreation. Others include the need to de-stress from work, natural beauty, and the desire to give themselves rewards.
4. The most important geographical factor Thai travelers agree on is the natural beauty of the various islands along the coast of Rayong. Other important natural factors the travelers express are the climate around the area, the beach conditions conducive to swimming, the beauty of the coastal area, the cleanliness of the sea water, the diversity of beaches, the cleanliness of beaches, and whether or not the beaches are crowded. As for cultural factors that Thai travelers feel most important, transportation ranks first. These include the development of roads to beaches, the convenience in parking, the taste of food sold around the beaches, the diversity of food stalls and restaurants, and the organization of various local festivities.

And the results of the research show that : The geographical factor such as the natural factor have relation with travelling behavior of thai traveler at Rayong's seaside more than cultural factor.

5. The island Thai travelers are most impressed with is Koh Samet and the beach

most travelers choose for swimming is Laem Mae Phim.

6. Travelers receive most news from television, an inanimate medium, and from friends, an animate medium.

7. The most important issue in travelling is safety. Other issues are the availability of housing, the amount of fresh water, and the ability to respond in terms of food demand.

8. It is found that most travelers do not stay over night and prefer travelling with family/relatives by private car. Most pre-plan the trip and choose to stay with a relative/friend. They often start the trip during weekends and most prefer travelling in December. The second popular month is April. The most preferred activity of these individuals is rest and recreation, and they also advise people they know to go to the beach.

9. Different personal information including gender, occupation, income status, and marital status indicates the different behavior of the travelers in going to the beaches at the significance level of 0.05, and the detail outcomes are as follows:

9.1 At the significance level of 0.05, Thai travelers of different genders have made a different number of repeated visits and different lodging expenses in the past two years.

9.2 At the significance level of 0.05, travelers with different occupations have different behavioral patterns in visiting coastal beaches regarding the number of people in groups, travelling expense, lodging expense, and entertainment expense.

9.3 At the significance level of 0.05, travelers with different monthly personal income have Different behaviors in visiting coastal beaches concerning the number of people in groups, travelling expense, lodging expense, and feeling towards the trips to Rayong beaches.

9.4 At the significance level of 0.05, Thai travelers with different marital status have different behavior in making trips to the beach in the areas of expense in buying goods and souvenirs, and entertainment expense.

10. Regarding the correlation of age and behavior in visiting beaches, it is found that age is not correlated to the numbers of visits to the coasts of Rayong at the significance level of 0.05. However, age is correlated to the expense in touring the coastal beach of Rayong at the significance level of 0.01

11. Different purposes in making trips to Rayong beaches directly impact on

travelling behaviors, at the significance level of 0.05, in the numbers of repeated trips in the past two years, in the numbers of people in the groups, in travelling expense, in buying goods and souvenirs, and in entertainment expense.

12. The inspiration for travelling is correlated to the behaviors in visiting beaches concerning the number of people in the groups, food and beverage expense, entertainment expense, and feelings towards visiting the beaches at the significance level of 0.01, and to the expense for goods and souvenirs at the significance level of 0.05.

13. At the significance level of 0.01, the geographical factor, that of the nature, and the cultural factor are correlated to the travelling behavior regarding the feelings towards touring the Rayong beaches.

14. At the significance level of 0.05, different media used by travelers in receiving information result in different behaviors in visiting coastal areas:

14.1 Using different inanimate media correlates to the behavior concerning the number of people travelling together, the expense in travelling, the expense in transportation, the lodging expense, food and beverage expense, and the entertainment expense at the significance level of 0.05.

14.2 Using different animate media is correlated to the behavior regarding the number of people travelling together, the expense in travelling, the expense in transportation, the lodging expense, food and beverage expense, and the entertainment expense at the significance level of 0.05.

15. Problems encountered while travelling have an impact on the feelings toward taking trips to Rayong beaches at the significance level of 0.05

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ของ
นางสาวอุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร หะวานนท์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

.....ประธาน
(อาจารย์ วรินทรา ศิริสุทธิกุล)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ)

.....กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดดา)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของอาจารย์วรินทร์า ศิริสุทธิกุล ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์สุพาตา สิริกุตตา ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิจัยตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่ให้ความกรุณาในการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างในความปรารถนาดีและความเอาใจใส่ของท่านอาจารย์เป็นอย่างมาก ส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดความคิด สติปัญญา และความมุ่งมั่นในการทำวิจัยให้ดีขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ คำแนะนำ และประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย ตลอดจนให้ความรักและความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อปรีดา ตั้งมั่นภูวดล และคุณแม่อนงค์ ตั้งมั่นภูวดล ที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัยในด้านทุนทรัพย์และเป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบคุณพี่ชาย นายहरषา ตั้งมั่นภูวดล และนายสกล ตั้งมั่นภูวดล ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านทุนทรัพย์ และขอขอบคุณน้องชาย นายขจรศักดิ์ ตั้งมั่นภูวดล ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณโชคชัย ปฏินญา มาศ ที่คอยให้กำลังใจ คอยช่วยเหลือ และฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ มาด้วยกัน ขอขอบคุณนางสาวสิริมา คุปตะสิน และเด็กชายปรเมศวร์ ตั้งมั่นภูวดล ที่คอยช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา และขอขอบคุณนางสาวอิสริยา สดมณี , นางสาวอรรณ อยู่คง , นายองอาจ เต็ดดวง และเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่น่ารักทุกคน ที่คอยให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณสำหรับทุกสิ่งทุกอย่าง ขอให้มิตรภาพที่ดีคงอยู่อย่างนี้ตลอดไป

คุณค่าและคุณประโยชน์ใด ๆ ที่ผู้วิจัยได้รับจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้กับคุณพ่อและคุณแม่ที่คอยอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีความมานะ ความอดทน และความพยายาม ตลอดจนท่านอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ส่งผลให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล

สารบัญ

บทที่		หน้า
1.	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
	สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2.	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	9
	ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	12
	แนวคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวและทฤษฎีสิ่งจูงใจ.....	14
	แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยทางภูมิศาสตร์.....	20
	แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ.....	26
	ปัญหาในการเดินทาง.....	30
	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	31
	นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2540-2546.....	35
	ประวัติความเป็นมาของจังหวัดระยอง.....	36
	สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง.....	37
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
3.	วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	53
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	147
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	147
ความสำคัญของการวิจัย.....	147
สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	147
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	148
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	149
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	150
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	150
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	152
อภิปรายผล.....	159
ข้อเสนอแนะ.....	168
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	169
บรรณานุกรม.....	170
ภาคผนวก.....	177
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามที่ใช้เพื่อการวิจัย.....	178
ภาคผนวก ข. สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2544.....	186
ภาคผนวก ค. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	190
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	193

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1. การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ปี 2544.....	2
2. ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	66
3. ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว.....	68
4. แสดงผลการวิเคราะห์สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง.....	69
5. แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง โดยจำแนกปัจจัยทางธรรมชาติ.....	70
6. ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของปัจจัยทางธรรมชาติที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ชายทะเลจังหวัดระยอง.....	71
7. แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง โดยจำแนกปัจจัยทางวัฒนธรรม.....	72
8. แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง.....	73
9. แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง.....	74
10. ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด ระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	75
11. แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล ทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	80
12. แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	81
13. แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย จำแนกตามอาชีพ.....	83
14. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชาย ทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	84
15. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล.....	85
16. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก.....	86

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง.....	89
18. แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล.....	90
19. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมา ท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	92
20. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ชายทะเล.....	93
21. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก.....	95
22. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยว ชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	96
23. แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	98
24. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรส แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้า และของที่ระลึก.....	99
25. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรส แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าย บันเทิง.....	100
26. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชาย ทะเลจังหวัดระยอง.....	101
27. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง.....	102
28. แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว.....	103
29. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา.....	105

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชาย ทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	107
31. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว.....	109
32. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก.....	111
33. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง.....	112
34. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง.....	113
35. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ชายทะเลจังหวัดระยอง.....	117
36. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ชายทะเลจังหวัดระยอง.....	119
37. แสดงผลการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง.....	122
38. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชาย ทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	124
39. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด ระยองในครั้งนี้.....	127
40. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง.....	129
41. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก.....	131
42. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม.....	133
43. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง.....	136
44. แสดงผลการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด ระยอง.....	138

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	139
46. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง.....	140
47. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก.....	141
48. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม.....	142
49. แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....	143
50. แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง.....	144

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 โมเดลของกระบวนการจูงใจ.....	15

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ในช่วงผจญกับภาวะเศรษฐกิจย่ำแย่ เพราะอาการชวนเซของเศรษฐกิจที่ยังไม่มีทีท่าว่าจะฟื้นตัว ก็มาถูกกระหน่ำซ้ำเติมจากเหตุการณ์เขย่าโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จนขยายผลไปสู่ตะวันออกกลาง ส่งผลกระทบไปทั่วโลก และยังคงคาดเดาไม่ได้ว่าเศรษฐกิจจะซบเซากันไปอีกกี่ปี ถึงกระนั้นก็เชื่อว่าจะหมดหวังเสียทีเดียว เพราะในปี 2545 รัฐบาลหันมาชูธงใช้ “การท่องเที่ยว” ช่วยกอบกู้ชาติในยามวิกฤติอีกครั้ง เพื่อฟื้นฟูสภาพคล่องทางเศรษฐกิจทุกระดับ หลังจากเคยประสบผลสำเร็จมาแล้ว โดยใช้ สโลแกน “เที่ยวเมืองไทย” และ “ไทยเที่ยวไทย”

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ส่งผลต่อการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและด้านการพัฒนาของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศนับแสนล้านบาทในแต่ละปีและเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเอ่ยถึง “การท่องเที่ยว” ในการกอบกู้เศรษฐกิจของชาติยามวิกฤติหรือเพิ่มพูนรายได้ยามปกติ คนส่วนใหญ่มักจะมองไปที่การหารายได้จาก นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่เข้ามาในบ้านเราเป็นสำคัญ ซึ่งต้องยอมรับว่ารายได้เฉพาะที่เป็นเงินตราต่างประเทศมหาศาล เฉพาะปี 2543 มีถึง 285,272 ล้านบาท (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ประจำวันอังคารที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545) อย่างไรก็ตาม ยังมีรายได้ทางการท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งที่มักจะถูกมองข้ามไป คือ รายได้จากการที่คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ในแต่ละปีทำให้มีกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเป็นจำนวนไม่น้อย เช่น ปี 2543 มีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกว่า 65 ล้านคน/ครั้ง มีการใช้จ่ายเงินรวมทั้งสิ้น 210,515.81 ล้านบาท แตกต่างจากรายได้จากเงินตราต่างประเทศไม่มากนัก

ขณะเดียวกัน มีคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ และนำเงินออกไปใช้กันมากเช่นกัน ทำให้มีเงินหมุนเวียนออกนอกประเทศมหาศาล ส่งผลให้การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของบ้านเราชะลอตัวไปกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งตัวเลขปี 2543 มีคนไทยเดินทางไปต่างประเทศถึง 1,946,343 คน นำเงินไปใช้จ่ายในต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 82,838.21 ล้านบาท...นับว่าน่าเสียดายเป็นอันมาก ส่วนปี 2544 ตัวเลขคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ และติดต่อการค้าระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน มีจำนวน 1,540,072 (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ประจำวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545 : อ้างตัวเลขจาก ททท.) มากกว่าปีที่ผ่านมาในระยะเวลาเดียวกัน 7.14 % ส่วนจำนวนเงินที่ไหลออกนอกประเทศยังไม่มีมีการคิดคำนวณออกมา นอกจากนี้ จำนวนคนไทยที่เที่ยวเมืองไทยในช่วง 9 เดือนแรกตามภาคต่าง ๆ ปี 2544 ยังอยู่ในระดับที่ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา หลังจากเริ่มมีการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเที่ยวเมืองไทย และมีเงินกระจายหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจทั่วประเทศหลายหมื่นล้านบาท ขณะที่ตัวเลขนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศปี 2544 คาดเป้าหมายไว้มากกว่าเดิม 5-6% ประมาณ 9,860,000 คน และรายได้ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา

การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย (Domestic Tourism) ส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางในช่วงสั้น ๆ โดยใช้เวลาในช่วงวันหยุด เพื่อเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ ภายในภูมิภาค โดยเดินทางร่วมกับครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนฝูง จึงทำให้ปี 2544 มีอัตราการขยายตัวอยู่ในทิศทางที่ดี หรือมีจำนวนการเดินทางรวม 58.62 ล้าน Trips กว่าร้อยละ 63 เป็นการกระจายของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของผู้เยี่ยมเยือนมีการกระจายตัวเดินทางไปประมาณ 1.18 จังหวัด ทำให้มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวน 69.12 ล้านคน/ครั้ง โดยภาคกลางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้เยี่ยม

เยือนสูงที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ภาคใต้และภาคตะวันออกนั้น แม้จะมีส่วนแบ่งการเดินทางต่ำที่สุดแต่กลับมีอัตราการขยายตัวการเดินทางท่องเที่ยวสูงที่สุด โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว หากพิจารณาตามประเภทการเดินทางพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนประเภทเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูงในระดับร้อยละ 10 ซึ่งให้เห็นว่าคนไทยเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไป-เย็นกลับมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าการคมนาคมมีความสะดวก ปลอดภัย รวมทั้งเป็นการประหยัดด้านที่พักด้วย ทั้งนี้การขยายตัวท่องเที่ยวในลักษณะนี้มีการขยายอย่างมากในภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ ที่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและไม่ไกลจากถิ่นที่อยู่ของตน

ตาราง 1 การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ปี 2544

หน่วย : คน-ครั้ง

ภูมิภาค	ผู้เยี่ยมเยือน		นักท่องเที่ยว		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)
รวม	69,122,006*	+ 7.09	41,316,256	+ 5.05	27,805,750	+ 10.29
ภาคเหนือ	9,046,803	+ 3.40	6,614,604	- 0.73	2,432,199	+ 16.59
กรุงเทพมหานคร	15,596,826	+ 6.57	9,705,011	+ 5.32	5,891,815	+ 8.68
ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพฯ)	16,216,630	+ 5.30	6,229,820	+ 3.35	9,986,810	+ 6.57
ภาคตะวันออก	7,403,980	+12.46	4,678,081	+ 8.02	2,725,899	+20.98
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14,153,621	+ 7.82	9,074,156	+ 7.78	5,079,465	+ 7.89
ภาคใต้	6,704,146	+10.87	5,014,584	+ 7.27	1,689,562	+23.14

*ยอดรวมของผู้เยี่ยมเยือนทุกจังหวัดจะมีจำนวนมากกว่าจำนวนคนเดินทาง 58.62 ล้านคน

เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของผู้เยี่ยมเยือนเดินทางโดยเฉลี่ย 1.18 จังหวัด

ที่มา : สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2544 กองข้อมูลและระบบงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544

ปัญหาอยู่ที่ว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบนโยบายชุด "ไทยเที่ยวไทย" จะสานงานต่อเนื่องได้ผลมากน้อยแค่ไหน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานหลัก ที่จะต้องสนองนโยบายให้บรรลุเป้าหมายให้จงได้ เป้าหมาย "ไทยเที่ยวไทย" ต้องการให้คนไทยเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มจากปี 2544 ไม่น้อยกว่า 5% คาดหวังว่าสิ้นปี 2545 จะมีคนไทยเที่ยวในประเทศถึง 61.5 ล้านคน/ครั้ง (คนหนึ่งไปเที่ยวหลายครั้ง) ส่งผลให้เศรษฐกิจรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจถึง 307,000 ล้านบาท และเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศของการท่องเที่ยวมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติในการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจได้แก่ ธรรมชาติที่สวยงามของแสงแดด หาดทรายชายทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะแก่ง ถ้ำ ชีวิตผู้คนพลเมือง ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนาอาราม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ตลอดจนโบราณวัตถุสถาน และเป็นดินแดนที่รวมความอุดมสมบูรณ์อันหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลมาจากความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นและการมีน้ำน่าน้ำ และมหาสมุทรอยู่โดยรอบ ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการณรงค์ให้ประชาชนหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยได้มีการจัดงานภายใต้ชื่อว่า "เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน"

จากข้อมูลผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาชายทะเลจังหวัดระยอง เนื่องจากจังหวัดระยองก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่เป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของภาคตะวันออก และในอดีตจังหวัดระยองมีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวมาก แต่ในปัจจุบันอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดระยองอยู่ในอันดับ 2 รองจากจังหวัดตราด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองให้ดีขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางภูมิศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ และผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว สามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและรู้จักวางกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังก่อให้เกิดการจ้างงานและยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่จังหวัดต่าง ๆ ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล ในจังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล ในจังหวัดระยอง จำนวน 480 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ โดยจำแนกได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล
 - 1.1 เพศ
 - 1.1.1 ชาย
 - 1.1.2 หญิง
 - 1.2 อายุ
 - 1.3 อาชีพ
 - 1.3.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 - 1.3.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - 1.3.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 1.3.4 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
 - 1.3.5 ว่างงาน
 - 1.3.6 เกษียน
 - 1.3.7 แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 - 1.4 รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล
 - 1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 1.4.2 10,001 - 20,000 บาท
 - 1.4.3 20,001 - 30,000 บาท
 - 1.4.4 30,001 - 40,000 บาท
 - 1.4.5 40,001 - 50,000 บาท
 - 1.4.6 50,001 บาท ขึ้นไป
 - 1.5 สถานภาพสมรส
 - 1.5.1 โสด
 - 1.5.2 สมรส/อยู่ร่วมกัน
 - 1.5.3 หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่
2. วัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.1.1 พักผ่อน
 - 2.1.2 เยี่ยมญาติ/เพื่อน
 - 2.1.3 รับประทานอาหาร
 - 2.1.4 เล่นกีฬา
 - 2.1.5 เป็นทางผ่านในการเดินทาง
 - 2.1.6 อื่นๆ

- 2.1.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 - 2.2 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.2.1 เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน
 - 2.2.2 เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต
 - 2.2.3 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - 2.2.4 เพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ
 - 2.2.5 ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว
 - 2.2.6 เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว
 - 2.2.7 ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2.8 ความสวยงามของธรรมชาติ
 - 3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์
 - 3.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ
 - 3.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม
 - 4. การเปิดรับสื่อ
 - 4.1 สื่อที่ไม่ใช่บุคคล
 - 4.2 สื่อบุคคล
 - 5. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว
- ตัวแปรตาม ได้แก่
- 6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้สากล 3 ประการ
 1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไปท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนที่มีสัญชาติและมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยสามารถเข้าใจ ภาษาและวัฒนธรรมไทยได้ โดยไม่รวมถึงชาวต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทย และมีวัตถุประสงค์อะไรก็ตามที่ไม่ใช่การไปทำงานและการศึกษา ทั้งที่พักค้างคืน และแบบไปเช้า-เย็นกลับ
3. ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคล วัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ การเปิดรับสื่อ ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองต่อความปรารถนาทางธรรมชาติที่มีอยู่ในตัวนักท่องเที่ยว
5. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส
6. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน รับประทานอาหาร เล่นกีฬา เป็นทางผ่านในการเดินทาง อันเนื่อง หรืออื่น ๆ

7. สิ่งจูงใจ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล เช่น เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของธรรมชาติ

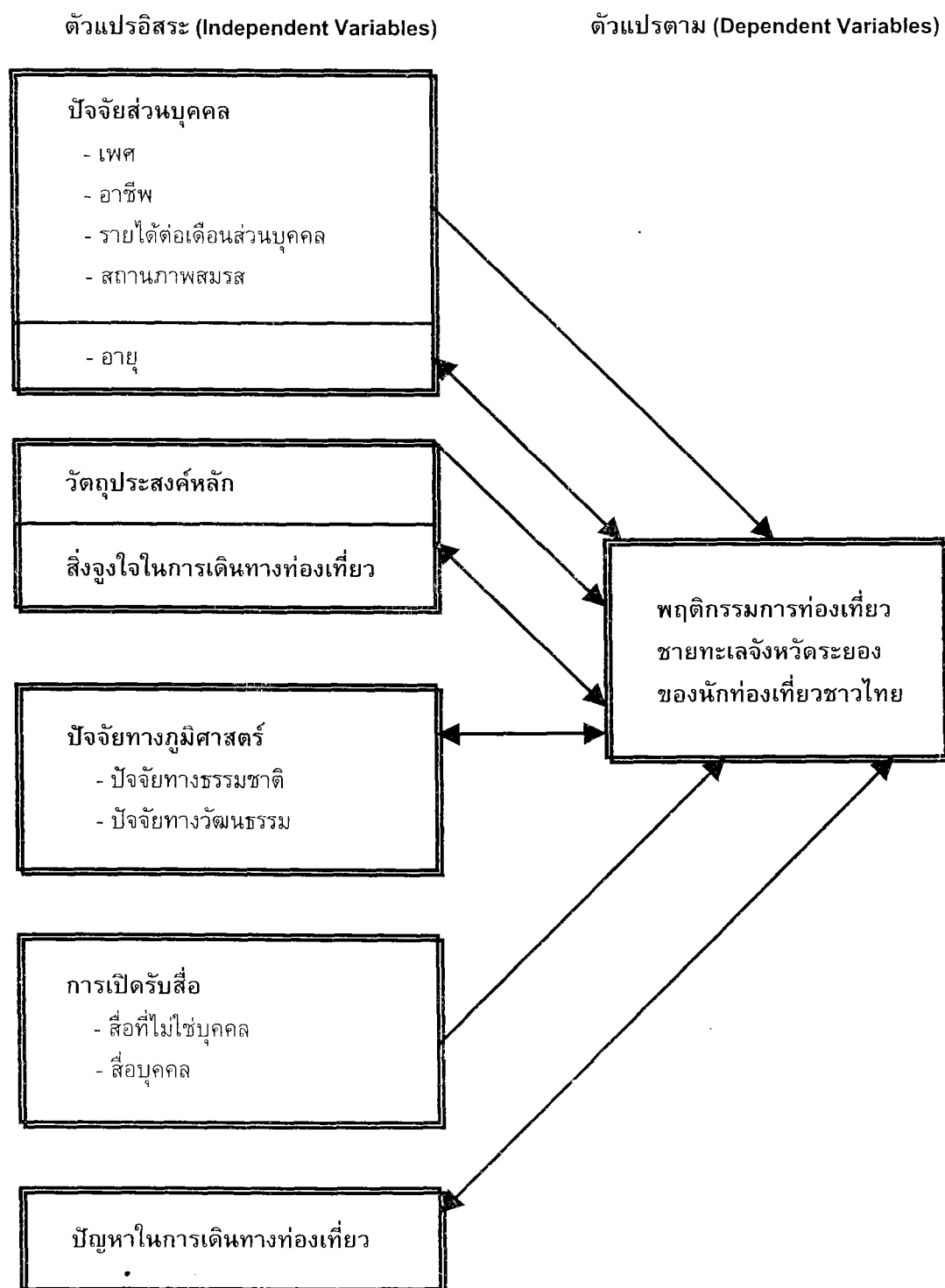
8. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศ ตลอดจนวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

9. การเปิดรับสื่อ หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดระยองจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต โบรชัวร์ หนังสือแนะนำเที่ยว บริษัททัวร์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสื่อบุคคล หมายถึง บุคคลในครอบครัว ญาติ เพื่อน และมัคคุเทศก์หรือไกด์

10. ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ในเรื่อง โสเภณี ยาเสพติด การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ ความสะอาดของห้องสุขา ปริมาณของห้องสุขาที่มีให้บริการ ปริมาณถังขยะในสถานที่นั้น ๆ ปริมาณไฟฟ้าที่มีให้บริการ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำสถานที่นั้น ๆ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องอาหาร การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการเรื่องที่พัก การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ เพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
 - 2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
4. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
5. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 5.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
 - 5.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
6. การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
 - 6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
7. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยทางภูมิศาสตร์
5. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
6. ปัญหาในการเดินทาง
7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
8. นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2540-2546
9. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดระยอง
10. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง
11. รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

เกษม จันทรแก้ว (2530 : 14) ชี้ว่า การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์นั้นเป็นปรัชญาหลักของการศึกษาทางวิทยาศาสตร์สังคม เพราะแนวทางการศึกษาทางวิทยาศาสตร์สังคมนั้นจำเป็นต้องศึกษาบทบาทของสิ่งแวดล้อมต่อพฤติกรรมมนุษย์ และการแสดงทางพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ถ้าได้ตระหนักถึงบทบาทของพฤติกรรมของมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญต่อการศึกษาระบบสิ่งแวดล้อมแล้วเชื่อเหลือเกินว่า มลภาวะสิ่งแวดล้อมจะไม่เกิดขึ้นต่อระบบสิ่งแวดล้อมของมนุษย์อย่างแน่นอน

นักจิตวิทยาสังคม ได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์มาก เพราะตามหลัก Homeostatic นั้น มนุษย์จะแสวงหาการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมอย่างพอเหมาะไม่มากหรือน้อยจนเกินไป โดยมนุษย์จะใช้สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นตัวกำหนดขอบเขตการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นซึ่งตัวกำหนดขอบเขตนั้น ได้แก่

1. พฤติกรรมที่เว้นว่างส่วนบุคคล (Personal Space Behavior) เป็นพฤติกรรมของบุคคลกับการแสดงออกที่เป็นการปกป้องการล่วงล้ำอาณาเขตที่เว้นว่างส่วนบุคคลนี้ Horowitz เรียกว่า เขตกันชนร่างกาย (Body Buffer Zone) เป็นอาณาเขตที่เล็กที่สุด และจำเป็นที่สุดต่อมนุษย์ในการดำรงชีวิตอยู่โดยไม่ได้รับผลร้ายหรือความเจ็บปวดต่อร่างกายและจิตใจ

2. การยึดอาณาเขต (Territoriality) หมายถึง การรับรู้ว่าเนื้อที่หรือสถานที่เฉพาะแห่งนั้น ๆ มีเจ้าของ การยึดอาณาเขตจึงมีขนาดแน่นอน และช่วยกำหนดความเป็นส่วนตัว

3. ความแออัด (Crowding) คือความไม่สมดุลระหว่างจำนวนคนกับพื้นที่ เช่น คนจำนวนมากใช้เนื้อที่จำกัดร่วมกัน ย่อมทำให้มีที่ว่างไม่เพียงพอสำหรับกิจกรรมส่วนตัวตามที่ต้องการ

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมมนุษย์และสิ่งแวดล้อมนั้น ต่างเป็นเหตุเป็นผลต่อกัน โดยที่สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม และพฤติกรรมที่แสดงออกก็อาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้เช่นกัน

1.1 ความหมายของพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 10) ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความสนใจ

ชัยพร วิชชาวุธ (2523 : 1) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมว่า หมายถึงการกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เช่น การพูด การเดิน การกระพริบตา การไต่ยีน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิด ฯลฯ ต่างก็เป็นพฤติกรรมทั้งนั้น

โสภา ชูพิกุลชัย (2521 : 2) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึงการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้หรือใช้เครื่องมือทดลองได้ เช่น การหัวเราะ การร้องไห้ การกิน การเล่น หรือการนอน ฯลฯ ซึ่งอาการกระทำทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะของสิ่งที่เราเรียกว่า พฤติกรรม

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2534 : 97) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงปฏิกิริยาหรือกิจกรรมทุกชนิดของสิ่งมีชีวิต จะสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ก็ตาม ถ้าสิ่งมีชีวิตนั้นเป็นคน พฤติกรรมของคนก็หมายถึงปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล

จากความหมายของพฤติกรรมดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองที่บุคคลนั้นแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยอาจแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ หรือสามารถตรวจสอบได้โดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรม

1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach. 1972 : 14) ได้แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมออกเป็น 7 ประการคือ

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองตอบความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุผลความต้องการได้ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของคน
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไปเราต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้รับเลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจจะเป็นไปตามที่คิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมาย (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

เบนจามิน เอส บลูม (Bloom. 1975 : 65 – 197) ได้กล่าวว่า เป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ อาจจะเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ และพฤติกรรมดังกล่าวนี้แบ่งออกได้ เป็น 3 ส่วนคือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้มีขั้นตอนของความสามารถ ด้านความรู้ การใช้ความคิดและพัฒนาการด้านสติปัญญา จำแนกไว้ 6 ขั้นตอน คือ

ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Comprehension) การนำความรู้ไปใช้ (Application) การวิเคราะห์ (Analysis) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการประเมินผล (Evaluation)

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ การให้คุณค่า การปรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการจัดพฤติกรรมด้านนี้

การเกิดพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับหรือการให้ความสนใจ (Receiving of Attending)

1.1 ความตระหนัก (Awareness)

1.2 ความยินดีหรือเต็มใจรับ (Willingness to Receive)

1.3 การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ (Controlled or Selected Attention)

2. การตอบสนอง (Responding)

2.1 การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence in Responding)

2.2 ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (Willingness to Respond)

2.3 ความพอใจในการตอบสนอง (Satisfaction in Respond)

3. การให้ค่าหรือการเกิดค่านิยม

3.1 การยอมรับค่านิยม (Acceptance of a Value)

3.2 ความชอบในค่านิยม (Preference of Value)

3.3 การผูกมัด (Commitment)

4. การจัดกลุ่ม (Organizing)

4.1 การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม (Conceptualization of a Value)

4.2 การจัดระบบค่านิยม (Generalized Set)

5. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value)

5.1 การวางหลักทั่วไปหรือสรุปค่านิยม (Generalized Set)

5.2 แสดงลักษณะตามค่านิยม (Characterization)

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

1.3 ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์

ซูซา และสวาร์จ์ จันท์โฮม (2507 : 1) พฤติกรรมของคน แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ

1. พฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behavior) คือ พฤติกรรม หรือการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่นการพูด การหัวเราะ การร้องไห้ การชกมวย ฯลฯ

2. พฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมหรือการกระทำที่ไม่สามารถสังเกตเห็น

ได้ นอกจากจะใช้เครื่องมือช่วยด้วย เช่น การคิด การหายใจ อารมณ์ การรับรู้การทำงานของกระเพาะอาหาร ฯลฯ

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. เพศ

เพศ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาของ สิทธิรัตน์ ปาจิณบุรารณ (2531 : 53) ศึกษาเรื่อง ขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความหนาแน่นบริเวณชายหาดชะอำแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเพศชาย

นันทิภา เกิดชื่น (2533 : 84) ศึกษาเรื่อง ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจต่อความหนาแน่นบริเวณชายหาดเกาะเสม็ดแตกต่างจากเพศหญิง

ทนายท กิตติกุล (2540 : 78) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงมีความสนใจและมีความต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าเพศชาย รวมทั้งบทบาทของผู้หญิงในปัจจุบันที่ออกมาทำงานนอกบ้าน ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นกำลังซื้อมากขึ้น เมื่อมีความสนใจและมีความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่แล้ว ก็สามารถตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ง่ายขึ้น

2. อายุ

อายุ เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาของ สลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : 49) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติต่างกัน โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะมีจำนวนผู้พึงพอใจมากและลดลงเมื่ออายุมากขึ้น

ทนายท กิตติกุล (2540 : 79) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า อายุของคนไทยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคนไทยที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้ จะมีรายได้ที่มั่นคง โดยจะมีเงินเก็บมากพอที่จะนำไปใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศได้และคนไทยที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้ มีความพร้อมในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ดีกว่าช่วงอายุอื่น ๆ กล่าวคือถ้ามีอายุน้อยกว่าช่วงนี้ จะมีอุปสรรคในด้านต่าง ๆ เช่น กำลังศึกษาเล่าเรียน หรือไม่มีอาชีพหรือรายได้ที่ยังไม่มีความมั่นคง แต่ถ้าหากมีอายุสูงกว่าช่วงนี้ จะมีอุปสรรคด้านการดูแลบุตร ธิดา ตลอดจนอุปสรรคด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ

ธีรา เอรารัตน์ (2544 : 54) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในประเทศไทย พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544 : 76) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตฐานทัพเรือสัตหีบ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

3. อาชีพ

ศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 163) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จินดารักษ์ แสงกาญจน์วนิช (2534 : 53) ศึกษาเรื่อง ชีตความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษามีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ลูกจ้าง นักธุรกิจ และไม่ได้ทำงานแม่บ้าน ตามลำดับ

สลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : 75) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายของชายหาดต่างกัน โดยผู้ที่ไม่ได้ทำงานเป็นผู้ที่มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ทำงานแล้ว

ศศิธร สามารถ (2545 : 96) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า อาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านการท่องเที่ยวมากกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป เนื่องจากว่านักเรียน/นักศึกษา ซึ่งไม่ต้องรับผิดชอบอะไรมากนัก จึงท่องเที่ยวเต็มที่ไม่ต้องกังวลต่อสิ่งใดและยังมีเวลาในช่วงปิดเทอม จึงทำให้สามารถระบุวันท่องเที่ยวได้ตามความสะดวก เป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย จึงสามารถชื่นชมทัศนียภาพได้อย่างเต็มที่

4. รายได้ต่อเดือน

ลำพอง ทับทิมทอง (2535 : 83) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างกัน จะมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควต่างกัน

ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี (2543 : 50) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการวัดที่ศรัทธาพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร พบว่า รายได้เป็นตัวกำหนดสถานภาพที่สำคัญ และมีความสัมพันธ์กับการศึกษาและอาชีพ เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกประกอบอาชีพที่มีรายได้สูง ซึ่งจะมีผลให้ความคิดเห็นหรือความพึงพอใจแตกต่างกัน

ศศิธร สามารถ (2545 : 96) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง อาจเนื่องมาจากว่า คนที่มีรายได้สูงย่อมจะสามารถแสวงหาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ได้มากกว่าในทุก ๆ ด้านรวมทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้มีความคาดหวังสูง อาจจะไม่พอใจกับสิ่งที่ได้พบเห็น

5. สถานภาพสมรส

พนทิพา โฉมประดิษฐ์ (2530 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดมีความคิดเห็นในทางบวกมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : 76) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวนั้นถ้าเป็นคนโสดอาจชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความบันเทิงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป แต่ถ้าเป็นคนที่มีการครอบครัวแล้วอาจชอบแหล่งท่องเที่ยวที่สงบสวยงาม

จากงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้างต้นได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ทำให้ผู้วิจัยนำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส มาเป็นตัวแปรอิสระเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน และแยกศึกษาอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. แนวคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวและทฤษฎีสิ่งจูงใจ

3.1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

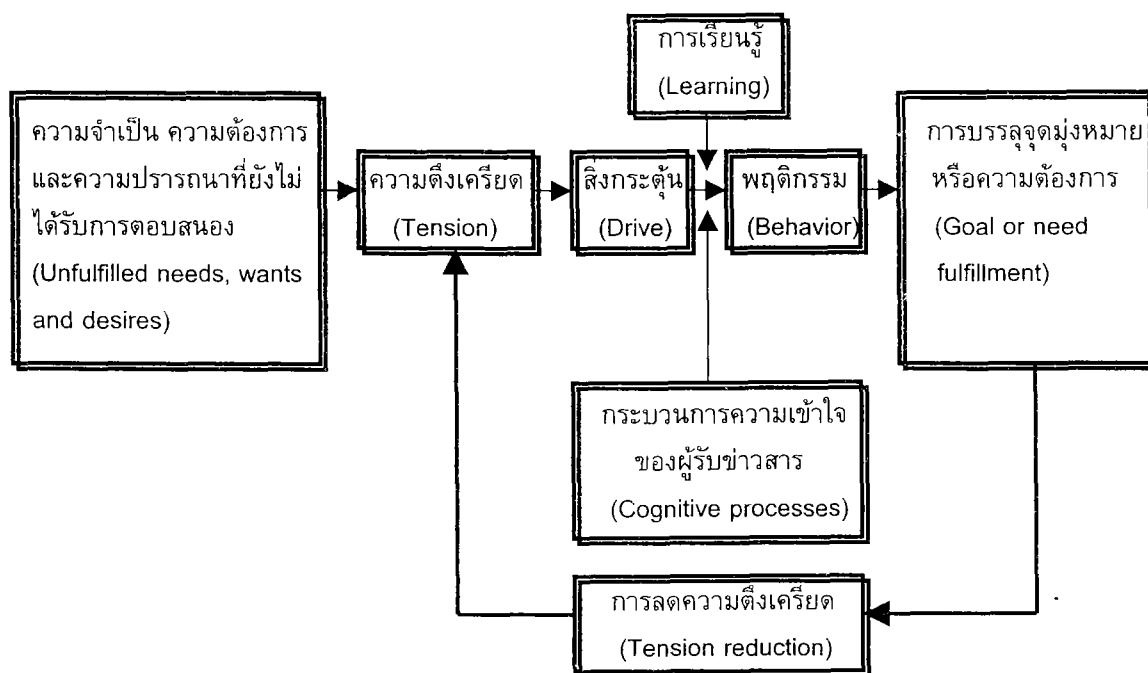
ปองจิต แจ่มจำรัส (2528 : 15) ศึกษาเรื่อง ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมบริเวณสถานตากอากาศชะอำ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาชะอำ เดินทางโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาท่องเที่ยว และพักผ่อนหย่อนใจ ที่เลือกเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น ทำธุรกิจ เป็นต้น

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยนำวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวมาเป็นตัวแปรอิสระเพื่อศึกษาว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

3.2 ทฤษฎีสิ่งจูงใจ

การจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Schiffman and Kanuk. 1994 : 663) จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้น จะประกอบด้วย พลังความตึงเครียด ซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกจะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขา และทำให้ผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียด จุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

โมเดลของกระบวนการจูงใจ ประกอบด้วย สภาพความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดจากความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่บรรลุจุดมุ่งหมาย คือ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองและสามารถลดความตึงเครียดได้



ภาพประกอบ 1 แสดงโมเดลของกระบวนการจูงใจ (Model of the motivation process)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 72 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1994 : 94)

ทั้งนี้จุดมุ่งหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคโดยถือเกณฑ์กระบวนการความคิด เช่น ความเข้าใจและการเรียนรู้ในอดีต ด้วยเหตุนี้การตลาดจึงต้องทำความเข้าใจของผู้บริโภค (Consumer cognitive process) ลักษณะของการจูงใจมีประเด็นที่ต้องพิจารณาดังนี้

1. ความต้องการหรือความจำเป็น (Needs) หมายถึง ความแตกต่างที่รับรู้ระหว่างสภาพในอุดมคติ และสภาพปัจจุบันซึ่งมีอิทธิพลเพียงพอที่จะกระตุ้นพฤติกรรม (Engel, Blackwall and Miniard. 1993 : G7) ความต้องการประกอบด้วย 2 ประการ

1.1 ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการภายในร่างกาย (Innate needs) ได้แก่ ความต้องการน้ำ อากาศ อาหาร ที่อยู่อาศัย การพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการพื้นฐาน (Primary needs or motives)

1.2 ความต้องการที่เป็นความปรารถนา (Acquired needs) หรือความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychographic needs) เป็นความต้องการที่บุคคลเรียนรู้จากการตอบสนองต่อวัฒนธรรมหรือสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ความต้องการเพื่อการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความรัก อำนาจและการเรียนรู้ ซึ่งถือว่าเป็น ความต้องการทุติยภูมิ (Secondary needs) เป็นผลจากสภาพจิตใจและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

2. จุดมุ่งหมาย (Goals) เป็นผลจากพฤติกรรมจูงใจ ทุกพฤติกรรมของบุคคลจะมีจุดมุ่งหมายเฉพาะอย่าง ในการวิเคราะห์การจูงใจนี้จะเกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมาย 2 ประการ คือ

2.1 จุดมุ่งหมายหลักหรือทั่วไป (Generic goals) หมายถึง จุดมุ่งหมายในชนิดของผลิตภัณฑ์ซึ่งแต่ละบุคคลเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk. 1994 : 661)

2.2 จุดมุ่งหมายเฉพาะที่เกี่ยวกับตราสินค้า (Brand specific goals) เป็นจุดมุ่งหมายใน

ตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งซึ่งผู้บริโภคเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk. 1994 : 665)

การเลือกจุดมุ่งหมาย (Selection of goal) การเลือกจุดมุ่งหมายของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัว (Personal experience) ลักษณะทางกายภาพ (Physical capacity) บรรทัดฐานและค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural norms and values) ความสามารถเข้าถึงจุดมุ่งหมายในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสังคม (Goal accessibility) จุดมุ่งหมายอาจจะมุ่งทั้งด้านสังคมและมุ่งสนองความต้องการด้านร่างกายด้วยก็ได้

การรับรู้ส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดมุ่งหมายเฉพาะอย่าง ตัวอย่าง การใช้ภาพลักษณ์เฉพาะของบุคคล (Person's self image) ผลិតภัณฑ์ที่ถือว่าสร้างภาพลักษณ์เฉพาะบุคคล เช่น ปอร์เช่ เบนซ์ นาฬิกาสวิส เครื่องสำอางจากฝรั่งเศส รถยนต์จากเยอรมัน ฯลฯ ความเป็นอิสระต่อกันระหว่างความต้องการและจุดมุ่งหมาย แม้ว่าบุคคลบางคนจะรู้สึกถึงความจำเป็นในจุดมุ่งหมายของเขา เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะมีความต้องการด้านการเป็นสมาชิกของชมรมต่าง ๆ เพื่อพบปะเพื่อนใหม่ สตรีวัยกลางคนบางคนไม่ต้องการด้านความเด่น แต่มีความต้องการประสบผลสำเร็จในอาชีพการงาน

โดยทั่วไปบุคคลจะคำนึงถึงความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เช่น รับประทานอาหาร เย็น ร้อน และจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการนั้น ความต้องการของร่างกายอาจเป็นทั้งเกิดขึ้นเองโดยรู้สึกตัว หรือไม่รู้สึกรู้สีกตัว (จิตใต้สำนึก)

3. การจูงใจด้านบวกและด้านลบ (Positive and negative motivation) การจูงใจทางการตลาดอาจทำได้ทั้งการสร้างแรงบันดาลใจและสร้างความกลัว หรือความวิตกกังวล นักจิตวิทยากล่าวถึงการจูงใจ 2 ประการดังนี้

3.1 สิ่งกระตุ้นด้านบวก (Positive drive) หมายถึง อิทธิพลสิ่งกระตุ้นด้านบวก (พึงพอใจ) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994 : 664) สิ่งกระตุ้นกรณีนี้ถือว่าเป็นความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Want) และความปรารถนา (Desire) ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในกรณีนี้สิ่งกระตุ้นจะนำไปสู่จุดมุ่งหมายด้านบวก (Positive goal) เป็นจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี เกิดความต้องการและเกิดพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3.2 สิ่งกระตุ้นด้านลบ (Negative drive) หมายถึง อิทธิพลสิ่งกระตุ้นให้หลีกเลี่ยงจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (Schiffman and Kanuk. 1994 : 663) สิ่งกระตุ้นกรณีนี้ประกอบด้วยความกลัว (Fear) หรือความไม่ชอบ (Aversion) ในกรณีนี้สิ่งกระตุ้นจะนำไปสู่จุดมุ่งหมายด้านลบ (Negative goal) เป็นจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะหลีกเลี่ยง (Avoidance) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง

ทั้งสิ่งกระตุ้นด้านความพอใจและไม่พอใจ จะต้องมียุทธศาสตร์ทางกายภาพทำให้เกิดการริเริ่ม และการสนับสนุนพฤติกรรมมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงสิ่งกระตุ้น (Drive or motive) ว่าเป็นความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Want) และความปรารถนา (Desire)

4. สิ่งจูงใจด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ (Rational motives versus emotional motives) นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงสิ่งจูงใจด้านเหตุผลและด้านอารมณ์และนำไปใช้ร่วมกัน ดังนี้

4.1 สิ่งจูงใจด้านเหตุผล (Rational Motives) หมายถึง สิ่งจูงใจหรือจุดมุ่งหมายโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (Economic) หรือใช้หลักเหตุผล (Rationality) เช่น ราคา ขนาด น้ำหนัก คุณภาพ การประหยัด (Schiffman and Kanuk. 1994 : 665) การตัดสินใจซื้อของบุคคลตามทฤษฎีเศรษฐกิจ (Economic

theory) โดยสมมติว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีเหตุผลเมื่อเขาพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ จะตัดสินใจเลือก วัตถุประสงค์สูงสุด (Greatest utility) หรือความพึงพอใจสูงสุด (Greatest satisfaction) เช่น ความพึงพอใจ ในผลิตภัณฑ์จากการส่งเสริมการตลาด ความมีเหตุผล (Rationality) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเลือกจุดมุ่งหมาย โดยถือเกณฑ์วัตถุประสงค์รวม เช่น คุณภาพ ขนาด น้ำหนัก ราคา ฯลฯ

4.2 การจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional motives) หมายถึง การเลือกจุดมุ่งหมายตามหลักเกณฑ์ความรู้สึกส่วนตัวหรือดุลพินิจส่วนตัว (Personal criteria or subjective criteria) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 660) เช่น ความต้องการเฉพาะบุคคล ความภาคภูมิใจ ความกลัว ความเป็นมิตร ฯลฯ แนวคิดนี้ถือว่าบุคคลคำนึงถึงวัตถุประสงค์ (ความพึงพอใจสูงสุด (Maximize utility (satisfaction)) เป็นสิ่งสมเหตุสมผลที่ผู้บริโภคจะเลือกในทัศนะของเขาเพื่อสนองความพอใจอันสูงสุด จากทฤษฎีนี้เป็นโมเดลที่สะท้อนถึงความเป็นอุดมคติมากเกินไป เพราะว่าผู้บริโภคอาจซื้อโดยอาศัยความเข้าใจหรือตัดสินใจซื้อโดยอารมณ์ก็ได้ การเข้าถึงความพึงพอใจ การตอบสนองความพึงพอใจ เป็นกระบวนการส่วนบุคคลซึ่งขึ้นกับโครงสร้างความต้องการส่วนบุคคลเช่นเดียวกับพฤติกรรมในอดีต ประสบการณ์ด้านสังคมหรือการเรียนรู้ สิ่งที่ปรากฏว่าไม่มี (เหตุผลจากผู้สังเกตภายนอกจะเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาส่วนตัวของบุคคลอื่น)

ความต้องการระหว่างสิ่งจูงใจด้านเหตุผลและอารมณ์ไม่ปรากฏชัดเจนที่จะรับประกันว่าผู้บริโภค รายใดรายหนึ่งจะมีความต้องการด้านอารมณ์เหนือกว่ารายอื่น ๆ แต่มีผู้วิจัยเสนอแนะว่าผู้ซื้อจะหันหันมักจะใช้สิ่งจูงใจด้านอารมณ์มากกว่าสถานการณ์การซื้อโดยทั่ว ๆ ไป

3.3 ลักษณะกลไกของการจูงใจ

การจูงใจมีโครงสร้างที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อประสบการณ์ในชีวิตในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการและจุดมุ่งหมายมีการเปลี่ยนแปลง (Needs and goals are changing) การเปลี่ยนแปลงความต้องการมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของบุคคล ปฏิกริยากับบุคคลอื่นและประสบการณ์ของบุคคลนั้น เมื่อบุคคลบรรลุจุดมุ่งหมายหนึ่งเขาก็จะพัฒนาจุดมุ่งหมายใหม่ขึ้นมา ถ้าเขายังไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายเดิมเขาก็จะพยายามที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายเดิมต่อไป หรือพัฒนาจุดมุ่งหมายใหม่ เพื่อทดแทนจุดมุ่งหมายเดิม ด้วยเหตุผลต่อไปนี้ (1) ความต้องการที่มีอยู่เดิมยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ก็จะจูงใจกิจกรรมเดิมเรื่อย ๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการนั้น (2) ถ้าความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งนั้นจะหมดไป (3) บุคคลที่บรรลุจุดมุ่งหมายเดิมแล้วก็จะกำหนดจุดมุ่งหมายใหม่และสูงขึ้นสำหรับตัวเอง รายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงมีดังนี้

1.1 ความต้องการไม่เคยได้รับการตอบสนองเต็มที่ (Needs are never fully satisfied) ตัวอย่างบุคคลที่หิวอาจจะพอใจเมื่อได้รับประทานอาหาร หลังจากนั้นเขาก็จะแสวงหาความต้องการด้านสังคมหรือด้านจิตวิทยาต่อไป

1.2 ความต้องการใหม่เกิดขึ้นมาในขณะที่ความต้องการเก่าได้รับการตอบสนอง (New needs emerge as old needs are satisfied) ทฤษฎีการจูงใจเชื่อมโยงถึงลำดับความต้องการ (Hierarchy of needs) ของมนุษย์ ซึ่งระบุว่าความต้องการในระดับสูงจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการในระดับต่ำกว่าได้รับการตอบสนองแล้ว

1.3 จุดมุ่งหมายด้านความสำเร็จและอิทธิพลด้านความล้มเหลว (Success and failure influence goals) จำนวนนักวิจัยได้สำรวจจุดมุ่งหมายซึ่งบุคคลกำหนดสำหรับตัวเอง และสรุปว่าเมื่อบุคคลบรรลุจุดมุ่งหมายเดิม เขาก็จะกำหนดจุดมุ่งหมายใหม่ที่สูงกว่าเดิม เป็นการเพิ่มระดับความพึงพอใจ (Levels of aspiration) จากข้อเท็จจริงที่ว่าเขาจะมีความเชื่อมั่นกับความสามารถในการบรรลุจุดมุ่งหมายที่สูงขึ้น ใน

ทางตรงกันข้าม ถ้าเขาไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายความพึงพอใจในระดับต่ำ ดังนั้นจุดมุ่งหมายจึงเป็นหน้าที่ของความสำเร็จและความล้มเหลว ลักษณะของพฤติกรรมบุคคลมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการบรรลุจุดมุ่งหมาย การคาดหวังขึ้นกับประสบการณ์ในอดีต

ผลกระทบของความสำเร็จและความล้มเหลวเกี่ยวกับการเลือกจุดมุ่งหมาย การนำไปประยุกต์ใช้กลยุทธ์นี้สำหรับนักการตลาด การบรรลุจุดมุ่งหมายของผู้บริโภคจะทำให้ นักการตลาดสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างสมเหตุสมผล การโฆษณาจะไม่ให้คำมั่นสัญญามากกว่าที่ผลิตภัณฑ์จะส่งมอบให้ แม้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ดีอาจไม่มีการซื้อซ้ำถ้าล้มเหลวจากการคาดหวังของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคเกิดความล้มเหลวในผลิตภัณฑ์เขาจะละเลยไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นซ้ำ

2. จุดมุ่งหมายที่ทดแทนกัน (Substitute goals) เมื่อจุดมุ่งหมายบางอย่างไม่สามารถบรรลุได้ พฤติกรรมอาจจะเปลี่ยนเป็นจุดมุ่งหมายที่ทดแทนกัน แม้ว่าจุดมุ่งหมายที่ทดแทนอาจไม่ใช่จุดมุ่งหมายดั้งเดิม แต่ก็จะสามารถลดความตึงเครียดได้

3. ความตึงเครียด (Frustration) ความล้มเหลวในการบรรลุวัตถุประสงค์ทำให้เกิดความรู้สึกตึงเครียดทุกคนจะมีประสบการณ์การเกิดความตึงเครียดซึ่งเป็นผลมาจากความไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย อุปสรรคในการบรรลุจุดมุ่งหมายอาจจะเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล เป็นข้อจำกัดด้านการเงิน ลักษณะด้านกายภาพ อุปสรรคด้านจิตวิทยา หรืออาจจะเป็นอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือสังคม การไม่คำนึงถึงสาเหตุแต่ละบุคคลจะมีปฏิกริยาที่แตกต่างกันจากสภาพการณ์ความตึงเครียด บางคนจะปรับตัวและค้นหาวิธีที่จะเอาชนะอุปสรรค ถ้าเขาล้มเหลวเขาจะเลือกจุดมุ่งหมายทดแทน บุคคลที่มีการปรับตัวน้อยและความไม่บรรลุจุดมุ่งหมายจะมีความรู้สึกกังวล ในที่นี้จะพิจารณาถึง (1) กลไกการป้องกัน (2) ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคจะมีความต้องการหลายประการในขณะเดียวกัน ดังนี้

3.1 กลไกการป้องกัน (Defense mechanisms) หมายถึง วิธีการที่บุคคล ทำให้สถานะความตึงเครียดด้านจิตใจของตนเองดีขึ้นเพื่อคุ้มครองภาพลักษณ์ส่วนตัว (Self image) และการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) (Schiffman and Kanuk. 1994 : 65) ผู้ที่ไม่สามารถแก้ปัญหาความตึงเครียดอาจจะกำหนดสถานการณ์เพื่อปกป้องภาพลักษณ์ส่วนตัวและป้องกันการยกย่อง บุคคลที่ไม่สามารถระบายความโกรธกับหัวหน้าในกรณีที่ไม่จ่ายเงินเพียงพอที่จะซื้อรถยนต์ จึงตัดสินใจที่จะใช้รถจักรยานยนต์แทน ในที่นี้ถือว่าใช้เหตุผลแบบก้าวร้าว (Aggression) และใช้เหตุผล (Rationalization) กลไกการป้องกัน (Defense mechanism) ยอมรับที่จะปกป้อง อีโก้จากความรู้สึกที่ไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมาย กลไกการป้องกันประกอบด้วย (1) การก้าวร้าว (Aggression) (2) ความมีเหตุผล (Rationalization) (3) การถอยหนี (Regression) (4) การเลิก (Withdrawal) (5) การวางแผน (Projection) (6) ความคิดที่ได้รับอิทธิพลจากความต้องการและอารมณ์ (Autism) (7) การสร้างความเหมือนกัน (Identification) (8) การเก็บกด (Repression) โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) การก้าวร้าว (Aggression) บุคคลที่มีประสบการณ์ด้านความตึงเครียดจะเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวที่จะพยายามป้องกันการยกย่องส่วนตัว

(2) ความมีเหตุผล (Rationalization) บุคคลจะวิเคราะห์สถานการณ์ความตึงเครียดโดยค้นหาเหตุผลที่เขาไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายหรือตัดสินใจว่าจุดมุ่งหมายไม่มีค่าสำหรับเขา การให้เหตุผลอาจจะไม่สมบูรณ์พอ เนื่องจากแต่ละบุคคลไม่ได้คำนึงถึงความบิดเบือนความเข้าใจ ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์ความตึงเครียด

(3) การถอยหนี (Regression) บางครั้งบุคคลจะมีปฏิกิริยาต่อความตึงเครียดด้วยพฤติกรรมถอยหนีจากปัญหานั้น

(4) การเลิก (Withdrawal) ความตึงเครียดสามารถแก้ปัญหาโดยวิธีง่าย ๆ คือการหนีออกจากปัญหา

(5) การสร้างความเหมือนกัน (Identification) บางครั้งบุคคลชอบแก้ปัญหาความรู้สึกตึงเครียดโดยกำหนดความรู้สึกว่าเหมือนกับบุคคลอื่นที่ตนเองชื่นชม หรือสถานการณ์ที่เขาเกี่ยวข้อง นักการตลาดได้ระลึกความสำคัญของกลไกการป้องกัน และใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดสิ่งจูงใจเพื่อโฆษณาในรูปของยุทธวิธีการโฆษณาที่เรียกว่า สlice หนึ่งของชีวิต (Slice of life) การโฆษณานี้ใช้เป็นสถานการณ์ที่เป็นแบบฉบับ ซึ่งประสบการณ์ของแต่ละบุคคล และเอาชนะปัญหาซึ่งเป็นสาเหตุของความตึงเครียดใช้ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา

(6) ความคิดที่ได้รับอิทธิพลจากความต้องการและอารมณ์ (Autism) ความคิดได้รับอิทธิพลจากความต้องการและอารมณ์อย่างสมบูรณ์ด้วยการใช้ความพยายามที่จะสัมพันธ์กับความเป็นจริง

(7) การเก็บกด (Repression) วิธีการซึ่งบุคคลหลีกเลี่ยงความตึงเครียดโดยการเก็บกดความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง บุคคลจะพยายามลืมความต้องการนั้น

(8) การวางแผน (Projection) ในกรณีนี้บุคคลอยู่ในสถานการณ์จะกำหนดสถานการณ์ความตึงเครียด บุคคลจะทำให้ความตึงเครียดดีขึ้นโดยพิจารณาถึงความล้มเหลวของตน และความสามารถกระทำเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเกี่ยวกับบุคคล

3.2 ความหลากหลายของความต้องการ (Multiplicity of needs) ผู้บริโภคมักจะมีความต้องการหลายประการ ดังนั้นต้องมีการเลือกจุดประสงค์เฉพาะอย่าง โดยถือเกณฑ์การลำดับความสำคัญจะถูกเลือกจากความต้องการหลายอย่าง สิ่งนี้เรียกว่าความต้องการที่มีอำนาจเหนือความต้องการอื่น (Prepotent needs)

3.3 ความต้องการและจุดมุ่งหมายจะแตกต่างกันในระหว่างบุคคล (Needs and goals among individuals) บุคคลจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน จะค้นหาการตอบสนองของตนเอง การเลือกจุดมุ่งหมายในขณะที่บุคคลต้องการอย่างเดียวกัน แต่อาจจะค้นหาวิธีการตอบสนองผ่านจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน

4. การกระตุ้นสิ่งจูงใจ (Arousal of motives) ความต้องการเฉพาะอย่างของบุคคลเกิดขึ้นแต่ละช่วงเวลา การเกิดขึ้นของความตึงเครียดเฉพาะอย่างมีเหตุสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal stimuli) ซึ่งเป็นสภาพของร่างกายของบุคคล (Individual's physiological condition) กระบวนการด้านอารมณ์หรือจิตวิทยา (Psychological) กระบวนการความเข้าใจ (Cognitive) หรือสิ่งกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนี้

4.1 การกระตุ้นด้านร่างกาย (Physiological arousal) ความต้องการของร่างกายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาจะเกิดขึ้นในความต้องการของแต่ละบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ความต้องการด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคล เช่น ความหิวกระหาย การเกิดขึ้นของฮอร์โมนเพศจะกระตุ้นความต้องการทางเพศ การลดลงของอุณหภูมิร่างกายจะทำให้เกิดอาการสั่นซึ่งจะทำให้บุคคลต้องการความอบอุ่น สัญญาณทางด้านร่างกายเหล่านี้เกิดขึ้นเองโดยไม่ได้ตั้งใจ อันเนื่องมาจากความตึงเครียดจนกระทั่งได้รับการตอบสนอง

4.2 การกระตุ้นทางด้านอารมณ์ (Emotional arousal) ผลกระทบจากความพอใจหรือความไม่พอใจที่ซ่อนเร้นทำให้บุคคลตึงเครียดที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายเหล่านั้น

4.3 การกระตุ้นเร้าความเข้าใจ (Cognitive arousal) การกระตุ้นให้เกิดความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงวิธีการซึ่งข้อมูลภายนอกได้ผ่านเข้ามาสู่ความคิดของบุคคลอย่างมีความหมายและนำความหมายเหล่านั้นมาประสมประสานกับวิจารณ์ญาณ

4.4 การกระตุ้นเร้าสิ่งแวดล้อม (Environmental arousal) กลุ่มกระตุ้นความต้องการซึ่งเร้าในช่วงเวลาหนึ่งซึ่งกำหนดโดยสัญญาณเฉพาะอย่างในสิ่งแวดล้อม ถ้าไม่มีสัญญาณเหล่านี้ความต้องการจะยังคงมีอยู่ ในช่วงเย็นเป็นการกระตุ้นอาหารมี 2 ประการที่เกี่ยวกับสิ่งจูงใจของมนุษย์คือ (1) นักพฤติกรรมศาสตร์ (Behaviorist) ซึ่งพิจารณาการจูงใจเป็นกระบวนการต่อเนื่อง กล่าวคือพฤติกรรมเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นและส่วนประกอบของจิตสำนึกไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ถูกมองข้าม) (2) ทฤษฎีการจูงใจสิ่งกระตุ้นและสิ่งเร้า (Stimulus-response theory) ซึ่งผู้ที่ซื้อสินค้าทันทีทันใดมีปฏิกิริยาจากสิ่งกระตุ้นภายนอกในสถานการณ์การซื้อ การควบคุมความเข้าใจของผู้บริโภคมีขอบเขตจำกัด ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติแต่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น (3) ทศนะความเข้าใจเชื่อว่าทุกพฤติกรรม เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ความจำเป็นและประสบการณ์ในอดีต มีเหตุมีผล การจัดประเภทการเกิดทัศนคติและการเกิดความเชื่อถือ มีแนวโน้มทำให้เกิดพฤติกรรม ความโน้มเอียงเหล่านี้จะช่วยให้บุคคลสนองความต้องการและพิจารณาทิศทางซึ่งเขาสามารถบรรลุความพึงพอใจได้

4. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยทางภูมิศาสตร์

วิชัย เทียนน้อย (2540 : 11 - 20) กล่าวว่า เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า มนุษย์ทุกหมู่ทุกเหล่ามีความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างถิ่นหรือต่างแดน เพื่อศึกษาหาความรู้และชมความงามของธรรมชาติที่แปลกตา และชนบทรอบนิคมประเพณีที่แตกต่างออกไปจากที่ตนเองพบเห็นอยู่เป็นประจำเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่ปรากฏอยู่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศหรือของโลกมีความแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความหลากหลายทั้งภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมปรากฏขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของมนุษย์ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญอาจแบ่งออกได้ 2 ประการด้วยกัน คือ (1) ปัจจัยทางธรรมชาติ และ (2) ปัจจัยทางวัฒนธรรม

1. ปัจจัยทางธรรมชาติ

ปัจจัยทางธรรมชาติหรือจะเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Factors) จะหมายถึง องค์ประกอบที่ธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้นมา และมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก ทั้งในแง่ของวัตถุดิบและตัวสนับสนุนที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมา ซึ่งสามารถแบ่งย่อยออกได้ 2 ประการด้วยกันคือ (1) ลักษณะภูมิประเทศ และ (2) ภูมิอากาศ

1.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ความหลากหลายของภูมิประเทศที่เกิดขึ้นบนพื้นโลกจะเกิดจากการกระทำของตัวการทางธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ น้ำไหล ธารน้ำแข็ง น้ำใต้ดิน กระแสน้ำชายฝั่ง และกระแสน้ำในมหาสมุทร ตัวการทางธรรมชาติเหล่านี้จะกระทำต่อผิวโลกแบบช้า ๆ ส่วนการกระทำของแรงภายในที่เรียกว่า "กระบวนการแปรโครงสร้าง" (Tectonic Process) ซึ่งกระทำต่อผิวโลกอย่างรวดเร็วและรุนแรง จะออกมาในรูปของแผ่นดินแปรสัณฐาน (Diastrophism) และปรากฏการณ์ภูเขาไฟ (Vulcanism) จากการกระทำของตัวการทางธรรมชาติและแรงภายในโลกดังกล่าว จึงทำให้เกิดแหล่งน้ำและภูมิประเทศแบบต่าง ๆ มากมาย เช่น ภูเขา เนินเขา เกาะ แก่ง แหล่งน้ำ ชายหาด หน้าผา ทะเลสาบ ถ้ำ น้ำพุร้อน น้ำตก กวีน และลำน้ำ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นวัตถุดิบด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.2 ภูมิอากาศ

ภูมิอากาศจะเป็นองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ และมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก สารประกอบทางอุตุนิยมวิทยาที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ (1) อุณหภูมิ (2) ปริมาณน้ำฝน (3) ลม และ (4) พายุ สำหรับประเทศไทย เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ในเขตร้อน สารประกอบทางอุตุนิยมวิทยาที่เข้ามามีบทบาทต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ฝน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฝนพายุ (Cyclonic Rain) ซึ่งจะตกหนักและติดต่อกันเป็นเวลานาน มีพายุพัดกระโชกแรง และอาจจะทำให้เกิดน้ำท่วมฉับพลัน นอกจากจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเดินทางแล้ว นักท่องเที่ยวยังอาจได้รับอันตรายจากน้ำท่วมได้

แต่ถ้าหากพิจารณาผลรวมอิทธิพลของภูมิอากาศที่มีต่อการท่องเที่ยวแล้ว อาจกล่าวได้โดยสรุป 2 ประการ คือ (1) เป็นตัวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การไปปิกนิก เที่ยวชมงานสวนสนุก การดำน้ำชมปะการัง และการอาบแดดตามชายหาด เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีอาจทำได้ ถ้าหากในช่วงนั้นสภาพลมฟ้าอากาศแปรปรวน พายุพัดแรง หรือฝนตกหนัก และ (2) กำหนดความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยวการจัดบริการการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้เพื่อจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมตัวอย่างเช่น ฤดูร้อนจะเดินทางไปท่องเที่ยวตามชายทะเล เกาะ ดำน้ำชมปะการัง ฤดูหนาวเข้าไปเที่ยวตามแดนภูเขา เพราะสะดวกในการปีนป่าย และในช่วงนี้จะมีดอกไม้ป่านานาชนิดผลิดอกประดับความงามของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ส่วนในฤดูฝนเหมาะที่จะเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในบริเวณ น้ำตก โบราณสถาน หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่น ๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วจึงอาจสรุปได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพลมฟ้าอากาศ ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละชนิดจะผันแปรไปตามฤดูกาล การจัดให้บริการการท่องเที่ยวจะได้ผลตามที่คาดหวังไว้ จะต้องได้ข้อมูลทางด้านภูมิอากาศที่ถูกต้อง ซึ่งสามารถสอบถามได้จากกรมอุตุนิยมวิทยา เพื่อใช้ประกอบในการวางแผนการท่องเที่ยวต่อไป

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) จะมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าปัจจัยทางธรรมชาติหรือทางกายภาพที่กล่าวมาแล้ว ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ชนิดนี้จะหมายถึงสรรพสิ่งทั้งหลายทั้งปวงที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งในแต่ละภูมิภาคหรือท้องถิ่นจะแตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นับว่าเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของกิจการท่องเที่ยวมาก สามารถแบ่งแยกออกได้ 12 ชนิดด้วยกัน คือ (1) การประกอบอาชีพ (2) ศิลปกรรม (3) ขนบธรรมเนียมประเพณี (4) มรดกทางประวัติศาสตร์ (5) สุนัขกีฬา (6) สวนสาธารณะ (7) สวนสัตว์ (8) พิพิธภัณฑ์ (9) วัด (10) โรงมหรสพ (11) ศูนย์การค้า และ (12) การคมนาคม

2.1 การประกอบอาชีพ

การประกอบอาชีพของประชากรในท้องถิ่นจะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่น หรือมีความแตกต่างไปจากบริเวณอื่น ๆ เช่น การปลูกผักในย่านอำเภอดำเนินสะดวก ซึ่งหลังเพาะปลูกพืชผลได้แล้วจะนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันโดยใช้เรือเป็นพาหนะ และเป็นเหตุทำให้เกิดตลาดน้ำดำเนินสะดวกขึ้นมา ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในความสนใจเป็นจำนวนมาก เป็นต้น นอกจากนี้การประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น การทำมิดอรญญิก ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การทำดาบน้ำผึ้ง ที่จังหวัดอุดรธานี การทอผ้าตีนจก ที่อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย การทอผ้าไหมมัดหมี่ ที่อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น และเครื่องจักสาน ที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เป็นต้น อาชีพเหล่านี้ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่พบอยู่ในบริเวณนั้น ๆ ซึ่งช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้า

ไปชมและซื้อสินค้าเหล่านั้นเป็นที่ระลึก นอกจากนี้พืชผลที่ผลิตได้เฉพาะในบริเวณนั้น ๆ เช่น ผลไม้ จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนในฤดูกาลที่ผลไม้เหล่านั้นสุก บางแห่งจะมีการจัดเทศกาลผลไม้ขึ้นมา เช่น ลางสาต (อุตรดิตถ์) ลำไย (เชียงใหม่-ลำพูน) ลิ้นจี่ (เชียงราย) ทูเรียน (นนทบุรี-ปราจีนบุรี-จันทบุรี-มะม่วง (ฉะเชิงเทรา) เงาะ (สุราษฎร์ธานี) ส้มโอ (นครชัยศรี นครปฐม และชัยนาท) น้อยหน่า (ปากช่อง นครราชสีมา) เป็นต้น

2.2 ศิลปกรรม

ศิลปกรรมในที่นี้จะครอบคลุมถึงวรรณศิลป์ สถาปัตยกรรม และวิจิตรศิลป์ สำหรับวรรณศิลป์จะประกอบด้วยวรรณกรรม ทั้งร้อยแก้วและร้อยกรอง และภาษาศาสตร์ ศิลปกรรม ส่วนนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่เด่นชัดนัก แต่ก็เป็นตัวกลางเพื่อสื่อความสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีส่วนในการสร้างแรงจูงใจในรูปของการโฆษณาที่ผ่านสื่อมวลชนแบบต่าง ๆ เช่น วารสาร แผ่นพับ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ภาษายังเป็นสื่อที่ช่วยบ่งบอรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยการเขียนข้อความอธิบายไว้ ซึ่งช่วยแบ่งเบาภาระของมัคคุเทศก์ได้บ้างไม่มากก็น้อย

ส่วนสถาปัตยกรรม นับว่ามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ซึ่งประกอบด้วยสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมไทย ผังเมือง ภูมิสถาปัตยกรรม และการออกแบบชุมชนสถาปัตยกรรมนี้บรรพบุรุษของไทยได้สร้างสมติดต่อกันมาเป็นเวลานาน ดังปรากฏให้เห็นตามโบราณสถานต่าง ๆ นอกจากนี้สถาปัตยกรรมยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตกแต่งที่พัก สถานเริงรมย์ โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า และหอประชุม ซึ่งการออกแบบที่ดีและเหมาะสม จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการอยู่เสมอ

สำหรับวิจิตรศิลป์นั้นจะประกอบด้วย ดุริยางคศิลป์ นาฏศิลป์ จิตรกรรม ประติมากรรม และศิลปะการละคร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สนับสนุนทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น ดังจะเห็นว่า งานเทศกาลสำคัญ งานประจำปีของวัด และงานเฉลิมฉลองอื่น ๆ เมื่อมีการแสดง โขน ละคร ลิเก หรือการละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ จะมีชาวบ้านเข้าไปเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะเป็นช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ก็ตาม นอกจากภาพเขียนที่ปรากฏตามฝาผนังโบสถ์ วิหาร หรืออาคารเกี่ยวกับศาสนา จะมีภาพวาดเกี่ยวกับพุทธประวัติ หรือเรื่องราวเกียรติที่สวงามปรากฏอยู่ สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นความงามที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมิใช่น้อย

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว งานศิลปหัตถกรรมพื้นเมือง เช่น การทอเสื่อ (จันทบุรี) ผ้าเกาะยอ (สงขลา) ผ้าลายน้ำไหล (น่าน) เครื่องเงิน (เชียงใหม่) และการผลิตหนังตะลุง (พัทลุง) สิ่งเหล่านี้ได้ทำสืบทอดกันมาเป็นเวลานาน และมีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปยังบริเวณนั้น นอกจากช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ประชากรในท้องถิ่นแล้ว ยังช่วยจรรโลงงานด้านศิลปะให้ดำรงอยู่ตลอดไป

2.3 ขนบธรรมเนียมประเพณี

ขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาก นอกจากจะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ซึ่งควรที่จะรักษาไว้ด้วยความรักและภาคภูมิใจ นับว่าเป็นโชคดีของประเทศไทยที่แต่ละภาคมีขนบธรรมเนียมประเพณีแตกต่างกันออกไป แต่ก็มิได้ทำให้ความสมัครสมานสามัคคีของคนไทยทุกภาคลดน้อยถอยลงแต่อย่างใด จากการที่ประเทศไทยเป็นเชื้อชาติที่เก่าแก่ จึงสามารถสร้างสมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ไว้มากมาย และจะแตกต่างกันออกไปบ้างในแต่ละภาคเช่น ประเพณีการแห่บั้งไฟของจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

งานชักพระของภาคใต้ งานแห่พระแข่งเรือ ของชาวหลังสวน จังหวัดชุมพร และงานวิ่งควายของจังหวัดชลบุรี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีประเพณีต่าง ๆ ที่ทำกันเป็นประจำทั่วทุกภาคของประเทศ งานสงกรานต์เดือน 5 งานแห่เทียนพรรษาเดือน 8 งานสารทเดือน 10 และงานลอยกระทงเดือน 12 เป็นต้น ขนบธรรมเนียมประเพณีดังกล่าว ถ้าหากมีการจัดกันอย่างสม่ำเสมอแล้ว จะทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นได้เป็นอย่างดี ไม่เพียงแต่เป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น ยังขยายวงกว้างออกไปสู่นักท่องเที่ยวต่างประเทศด้วย จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องฟื้นฟูประเพณีบางอย่างขึ้น จะได้รับความสนใจจากชาวไทยและชาวต่างประเทศมาก เช่น ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ ที่จังหวัดสุโขทัย และงานไม้ดอกไม้ประดับ ที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

2.4 มรดกทางประวัติศาสตร์

พื้นที่ของประเทศไทยเป็นแหล่งอารยธรรมทั้งสมัยก่อนประวัติศาสตร์และประวัติศาสตร์ จากหลักฐานทางด้านโบราณคดีปรากฏให้เห็นร่องรอยแห่งความเจริญทางด้านอารยธรรม กระจัดกระจายอยู่ตามภูมิภาค ต่าง ๆ ทั่วประเทศนับเป็นพันแห่ง มีทั้งศาสนสถานที่เป็นของศาสนาพุทธและศาสนาพราหมณ์ ซึ่งมีทั้งที่อยู่ในสภาพที่เกือบสมบูรณ์และที่ปรักหักพัง บางแห่งได้ผ่านการบูรณะซ่อมแซมและได้รับการดูแลรักษา แต่ยังมีอีกเป็นจำนวนมากที่ยังปล่อยทิ้งไว้โดยปราศจากการเอาใจใส่ดูแลจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ สถานที่เหล่านี้จัดว่าเป็นโบราณสถานและเป็นวัตถุโบราณที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศจะให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

มรดกทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏกระจัดกระจายทั่วไปในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ อาณาจักรพูนัน ที่มีศูนย์กลางการปกครองอยู่ทางตอนใต้ของกัมพูชา ซึ่งได้ขยายอิทธิพลเข้ามาทางตอนใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก (แถบจังหวัดปราจีนบุรี) อาณาจักรศรีวิชัยที่มีความเจริญอยู่ในภาคใต้ โดยมีศูนย์กลางการปกครองอยู่ที่นครศรีธรรมราชหรือสุราษฎร์ธานี ส่วนบริเวณภาคเหนือในอดีตจะเป็นที่เจริญรุ่งเรืองของอาณาจักรโยนกเชียงแสนและล้านนา ภาคกลางซึ่งถือว่าเป็นอยู่ช้าวุ่นน้ำที่สำคัญของประเทศไทยจะเป็นที่สร้างสมอารยธรรมและวัฒนธรรมของอาณาจักรทวารวดี ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่จังหวัดนครปฐม อาณาจักรสุโขทัย อาณาจักรศรีอยุธยา และสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นต้น

อาณาจักรเหล่านี้ได้สร้างสรรค์มรดกทางประวัติศาสตร์มอบให้อนุชนไทยรุ่นหลังมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งก่อสร้างรูปแบบต่าง ๆ วัดวาอาราม และศิลปกรรมที่สวยงาม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏเฉพาะในอาณานิเวศนั้น ๆ แม้ว่าจะมีบางส่วนชำรุดทรุดโทรมไป แต่ก็มีอีกมากมายที่ยังคงสภาพให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของคนไทยในสมัยนั้น ปัจจุบันกรมศิลปากรได้พยายามรวบรวมศิลปวัตถุที่มีค่ามากเก็บรักษาไว้ตามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ทั้งที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ยิ่งกว่านั้นได้จัดหาเงินงบประมาณเพื่อบูรณะซ่อมแซมโบราณสถาน โดยจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ขึ้นมา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย พระนครศรีอยุธยา พระนครศรีธรรม (เพชรบุรี) พนมรุ้ง (บุรีรัมย์) และพิมาย (นครราชสีมา) เป็นต้น

2.5 สนามกีฬา

จัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าชมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ที่จัดขึ้น หรือการเข้าไปเล่นกีฬาเอง ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงที่มีการแข่งขันกีฬานัดสำคัญ ๆ จะมีประชากรในบริเวณใกล้เคียง หรือต่างแดนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และซีเกมส์ เป็นต้น

2.6 สวนสาธารณะ

เป็นสถานที่พักผ่อนที่สำคัญของชาวเมือง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนต่างถิ่นที่เข้ามาเยือนเป็นครั้งคราว ซึ่งในสวนสาธารณะเหล่านี้จะมีการนำพันธุ์ไม้นานาชนิดมาปลูกตกแต่งอย่างเป็นระเบียบและสวยงาม ซึ่งจะช่วยให้จิตใจให้ประชาชนทั่วไปเข้าไปพักผ่อน หรือเข้าไปเียนอยู่เสมอ เช่น สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ และสวนหลวง ร.9 เป็นต้น สำหรับสวนสาธารณะบางแห่งจะจัดออกมาในรูปของสวนพฤกษศาสตร์ โดยการนำพันธุ์ไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศมาปลูกไว้อย่างเป็นระเบียบ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา แต่ขณะเดียวกันก็สามารถนำมาใช้เพื่อกิจการท่องเที่ยวได้ เช่น สวนพฤกษศาสตร์เขาช่อง จังหวัดตรัง และสวนพฤกษศาสตร์พุแค จังหวัดสระบุรี เป็นต้น นอกจากนี้ในพื้นที่ขนาดเล็ก การจัดสวนสาธารณะจะทำในรูปของสวนรุกขชาติ โดยการนำเอาพันธุ์ไม้ไทยมาปลูกรวมกันไว้ ซึ่งในปัจจุบันทั่วประเทศมีมากกว่า 15 แห่ง เช่น สวนรุกขชาติสุโกทยาน จังหวัดพิษณุโลก และสวนรุกขชาติธารโบกขรณี จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

2.7 สวนสัตว์

สวนสัตว์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบัน ซึ่งจะทำทั้งในรูปของสวนสัตว์ปิดและเปิด มีทั้งของรัฐและเอกชน สวนสัตว์เหล่านี้จะเป็นที่รวมของสัตว์ป่าพื้นเมือง และสัตว์ป่าจากต่างประเทศ สำหรับของรัฐบาลนั้นจะจัดอยู่ 3 แบบด้วยกัน คือ (1) สวนสัตว์มีอยู่หลายแห่งที่สำคัญ คือ สวนสัตว์ดุสิต และเชียงใหม่ (2) สวนสัตว์เปิด โดยการนำเอาสัตว์ป่าปล่อยไว้ในที่จัดให้ โดยมีสภาพเหมือนธรรมชาติมากที่สุด เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี และสวนนก จังหวัดชัยนาท เป็นต้น และ (3) อุทยานสัตว์ป่า ซึ่งมีลักษณะคล้ายสวนสัตว์เปิดที่กล่าวมาแล้ว เช่น อุทยานสัตว์ป่าลำปาว จังหวัดกาฬสินธุ์ และเขาพระแทว จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

2.8 พิพิธภัณฑ์

เป็นสถานที่ปลอดภัยสำหรับเก็บรักษาโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ รวมทั้งทรัพย์สินที่มีค่าและหายากอื่นๆ ของชาติ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม และอักษรศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์เฉพาะเรื่องที่สร้างขึ้นมา เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี พิพิธภัณฑ์หอย สวาคนิवास จังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้น สำหรับพิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมศิลปากร ปัจจุบันมีไม่น้อยกว่า 31 แห่ง ในจำนวนนี้ปรากฏอยู่ในกรุงเทพมหานคร 4 แห่ง ส่วนอีก 27 แห่ง กระจายอยู่ในจังหวัดในภาคต่าง ๆ ของประเทศ เช่น พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย ลพบุรี เชียงราย นครราชสีมา และสุพรรณบุรี เป็นต้น

2.9 วัด

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประชากรทั้งในชนบทและชาวต่างชาติ ทั้งนี้เพราะตามวัดวาอารามเหล่านี้จะเป็นแหล่งสะสมโบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่สำคัญ นอกจากนี้ตามวัดยังเป็นศูนย์รวมในการจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา และมีงานประจำปีซึ่งจัดออกมาในรูปของสวนสนุก จึงส่งผลทำให้วัดกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ยิ่งไปกว่านั้นเนื่องจากวัดต่าง ๆ ได้มีการปลูกต้นไม้ไว้มากมาย จึงทำให้เกิดความร่มรื่นและกลายเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยหรือหลบภัยของสัตว์จำพวกนกได้อย่างดี ซึ่งทำให้ทางราชการได้ประกาศให้พื้นที่ของวัดบางแห่งกลายเป็นเขตหวงห้ามล่าสัตว์ป่า เช่น วัดไผ่ล้อม จังหวัดปทุมธานี วัดตาลเอน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และวัดไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า วัดจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนของประชาชน ทั้งในยามปกติและช่วงงานวัดหรือวันสำคัญ ๆ ทางพุทธศาสนา

2.10 โรงมหรสพ

โรงมหรสพซึ่งได้แก่ โรงหนัง และโรงละคร ที่จัดเตรียมไว้เพื่อการแสดงและฉายภาพยนตร์ เก็บเงิน

ค่าบริการจากผู้เข้าชม การดำเนินงานจึงมักกระทำในรูปการค้า ตามปกติแล้ว โรงมหรสพมักจะตั้งกระจัดกระจายอยู่ตามชุมชนย่านเมือง แต่ตามชนบทอย่างดีที่สุดก็จะจัดแหล่งโดยการสร้างเวทีชั่วคราวขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสถานที่แสดงลิเก ลำตัด เพลงฉ่อย หนังตะลุง หรือฉายภาพยนตร์ การจัดให้มีการละเล่นดังกล่าวขึ้น จะทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวในยามค่ำคืนขึ้นมา แม้ว่าจะเป็นครั้งคราวและระยะเวลาสั้น ๆ แต่นับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวชนบทอย่างแท้จริง

2.11 ศูนย์การค้า

ในสภาพปัจจุบัน ศูนย์การค้าได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของทั้งชาวเมืองและชาวชนบท เพราะตามศูนย์การค้าเหล่านั้นนอกจากจะนำสินค้ามาจำหน่ายและเสนอขายแล้ว ยังจัดสถานที่ออกมาในรูปของสวนสนุก สวนสัตว์ สนามเด็กเล่น และสวนอาหาร อีกด้วย จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ประชาชนเดินทางเข้าเลือกซื้อสินค้าและเลือกใช้บริการด้านอื่น ๆ ตามความต้องการ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่ง

2.12 การคมนาคม

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า สินค้าและบริการจะมีประโยชน์ต่อการบริโภคมากน้อยเพียงใด จะขึ้นอยู่กับกิจกรรมการขนส่ง การท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่ง จะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมคมนาคมขนส่งอย่างใกล้ชิด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจะปรากฏกระจัดกระจายทั่วไปทั้งในย่านเมืองและในท้องถิ่นชนบทที่อยู่ห่างไกล การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยยานพาหนะตามความเหมาะสม เช่น เครื่องบิน รถยนต์ จักรยานยนต์ ล้อเลื่อน เรือ และใช้สัตว์เป็นพาหนะ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้เองตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จะมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความปลอดภัย สะดวกรวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อย

จากการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสะดวก จะเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าใช้บริการจากสถานที่แห่งนั้น ๆ ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงวันสุดสัปดาห์สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ห่างไกลจากย่านชุมชนหนาแน่น และมีเส้นทางคมนาคมสะดวก จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปพักผ่อนเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น สถานที่ท่องเที่ยวชายทะเลของภาคตะวันออก อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และสถานที่ท่องเที่ยวแถบจังหวัดภาคตะวันตกตอนล่าง เช่น กาญจนบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเส้นทางไม่เอื้ออำนวย และเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักผ่อนไม่มากนัก ตัวอย่างเช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา เมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แล้วจะมีจำนวนแตกต่างกันมาก ทั้งนี้เพราะ (1) มีที่ตั้งอยู่อย่างโดดเดี่ยวและห่างไกล (2) เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง และ (3) ต้องใช้พาหนะการเดินทางหลายชนิด จึงทำให้ไม่สะดวกในการเข้าไปเที่ยว เป็นต้น แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่า ความงดงามของภูมิทัศน์ธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตาจะด้อยกว่าเขาใหญ่ก็หาไม่

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยากที่จะตัดเส้นทางเข้าไปถึงได้ ทั้งนี้เพราะภูมิประเทศเป็นแดนภูเขาที่สูงชัน เช่น อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติภูเรือ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเสียเวลาในการเดินทาง และไม่สามารถเข้าไปท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังสร้างความยากลำบากให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุค่อนข้างสูง ซึ่งท้อใจที่จะปีนป่ายภูเขาขึ้นไป ถ้าหากมีการสร้างกระเช้าไฟฟ้า เช่นเดียวกับที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จะทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนภูกระดึง ภูหลวง หรือภูเรือ มากยิ่งขึ้นก็ได้

สากล สถิติวิทยานันท์ (2529 : 15-30) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนั้นหนาการว่ามี 2 ปัจจัยด้วยกัน คือ

1. ปัจจัยทางด้านธรรมชาติหรือกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ป่าไม้ ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ แม่น้ำลำคลอง ชายฝั่งทะเล ภูเขา เกาะ
2. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ที่สำคัญได้แก่ โบราณสถาน หัตถกรรม สถาปัตยกรรม สวนสาธารณะ วัด กำแพง เชิงเทียน คูเมือง และขนบธรรมเนียมประเพณี

ปัจจัยทางภูมิศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

L.E. Hudman. (1980) ทฤษฎีที่ว่าด้วยปัจจัยดึงดูด กล่าวว่า ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

सानนท์ สุขศรี (2532 : 86-87) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ปัจจัยที่ดึงดูดได้มาก ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่ สถานเริงรมย์ สิ้นค้า ส่วนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย เอเชียตะวันออก ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ เช่นหาดทราย น้ำตก เกาะ อุทยานนกน้ำ นอกจากแตกต่างกันตามกลุ่มแล้วยังแตกต่างกันตามเพศและตามวัยของนักท่องเที่ยว

ปวีณา โทนแก้ว (2542 : 113) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายของสภาพแวดล้อม

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : 74) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนใช้มากคือ ความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าปัจจัยทางภูมิศาสตร์มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยทางภูมิศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

5.1 ความหมายของการติดต่อสื่อสาร

(เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 125 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1994 : 459) ได้อธิบายว่า การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การที่ใครคนหนึ่งพูดอะไรบางอย่างผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไปยังใครอีกคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลบางประการเป็นการส่งผ่านข่าวสาร (Message) จากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับข่าวสาร (Receiver) ด้วยวิธีการใช้สัญญาณชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยอาศัยช่องทาง (Channel) หรือ สื่อ (Media) บางชนิด

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540 : 117 ; อ้างอิงจาก Weihrich and Koontz. 1993 : 537) ได้ให้ความหมาย การติดต่อสื่อสาร หรือการเปลี่ยนข่าวสาร ว่าหมายถึง การเคลื่อนย้ายข้อมูลข่าวสาร จากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้รับเข้าใจ

5.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ซวรัตน์ เชิดชัย (2527 : 174 – 177) หลังจากที่ได้ศึกษาผู้รับข่าวสารประเภทต่าง ๆ แล้วก็มาถึงปัญหาที่ว่า ทำไมผู้รับข่าวสารจึงเปิดรับสื่อข่าวสารต่าง ๆ กัน และเหตุใดผู้รับข่าวสารจึงมีพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและข่าวสารตามแบบของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น

นักวิชาการสื่อสารมวลชนได้ทำการศึกษาและพยายามเสนอหลักการ และรูปแบบที่สามารถนำมาประยุกต์กับพฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหตุผลเกี่ยวกับตัวผู้รับข่าวสารเนื้อหาของข่าวสารและสถานการณ์ต่าง ๆ กัน

ปัญหาแรกเกี่ยวกับเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อนั้นเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ กล่าวคือ

1. ความเหงาเป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่าปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบที่อยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดจากความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าหนีจากสังคมจึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ตัวตนเองมากที่สุดแล้ว คงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้มีใช้เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อนตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐาน มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิตใจหรือแม้ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

ปัญหาที่ว่า ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับสื่อข่าวสารอย่างไรเป็นสิ่งที่แน่นอนที่การเลือกรับสื่อของคนโดยทั่วไปย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ต่างคนต่างเลือกสิ่งที่ตนต้องการ ตามสภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเอง เกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่าง ๆ วิลเบอร์ แชมม (Wilbur Schramm) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (promise of reward)

ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่า ผู้อ่านที่ดี ผู้ดูที่ดี หรือผู้ฟังที่ดี จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ซึ่งที่จริงความสะดวกเป็นสิ่งที่มนุษย์เราต้องการอยู่แล้วในการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การใช้ความพยายามที่น้อยที่สุดจึงถือเป็นหลักพื้นฐานของกิจกรรมของคนทั้งปวง ดังนั้น จึงหมายความว่ารวมทั้งกิจกรรมและพฤติกรรมทางการสื่อสารด้วย การใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกันเช่น ความพร้อม (availability) และความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่จะใช้สำหรับซื้อสื่อ (expense) เวลา (time) ที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาทนิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ในแง่ของสิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับนั้น ปกติ การเลือกสื่อของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความรู้แล้วว่า ย่อมจะเลือกสื่อที่มีอยู่ตามความต้องการในขณะนั้น ความต้องการของคนเป็นผลมาจากปัจจัยอันซับซ้อนหลายประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อม บุคลิกภาพ สถานภาพทางสังคม สภาพทางร่างกายในขณะนั้น เห็นได้ชัดว่า ความต้องการของคนคนเดียวก็มักจะเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาแล้ว ยิ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลอีก อย่างไรก็ตาม ผลตอบแทนที่ผู้ใช้สื่อคาดว่าจะได้รับมี 2 ชนิดคือ ผลตอบแทนเร็ว (immediate) และผลตอบแทนช้า (delayed)

เนื้อหาที่ให้ผลตอบแทนทันที ได้แก่เนื้อหาประเภทที่ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดหรือแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับได้โดยไม่ยากนัก เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับอุบัติเหตุ กีฬา อาชญากรรม ความหายนะ กิจกรรมทางสังคม ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่ผู้รับข่าวสารอาจจะมีส่วนร่วมทางความรู้สึกโดยไม่ต้องตื่นเต้นหรือเคร่งเครียดด้วยการไปร่วมในเหตุการณ์จริงๆ ส่วนเนื้อหาที่ให้ผลตอบแทนช้าจะได้แก่ข่าวสารประเภทที่ให้ประโยชน์ทางความรู้แก่ผู้รับข่าวสาร ซึ่งสามารถจะนำไปใช้เพื่อการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างดี เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจทางการเมือง กิจกรรมสาธารณะ สุขภาพอนามัย และปัญหาสังคม เป็นต้น นอกจากนั้นความพยายามที่จะใช้กับสิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้สื่อ อาจจะพิจารณาในแง่ของมูลค่า หรือสิ่งที่ผู้รับข่าวสารยินดีจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทนที่จะได้รับจากสื่อมวลชนต่อไปได้โดยง่าย เช่น ชายหนุ่มหญิงสาวส่วนมากจะไปชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์มากกว่าที่จะชมภาพยนตร์เรื่องเดียวกันทางโทรทัศน์ที่บ้านเหมือนผู้สูงอายุ ทั้งนี้ก็เพราะว่าหญิงสาวชายหนุ่มยินดีที่จะจ่ายเพื่อให้ได้มีการสังคมสังสรรค์ ในขณะที่เดียวกับที่ผู้สูงอายุจะเห็นค่าของการไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ต่ำกว่าความพยายามที่จะไปชมภาพยนตร์ที่โรง จึงชอบที่จะนั่งนอนดูภาพยนตร์จากโทรทัศน์ที่บ้าน

อนึ่งมีข้อสังเกตอย่างอื่นที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและข่าวสารของผู้รับข่าวสาร คือ ส่วนหนึ่งนั้น ผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสับสนุนมโนคติความเห็นที่มีอยู่ก่อน (preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นดังนี้ ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน นอกจากนั้น ประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารอย่างไร

3. “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น หัสนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี “ลักษณะเฉพาะ” ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับ

ข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ อย่างเช่น ในแง่ของผู้อ่าน จะเห็นว่าหนังสือพิมพ์มีลักษณะเฉพาะหลายประการที่สำคัญ คือ

- (1) ให้ข่าวสารที่ละเอียดละอมากกว่าสื่ออื่น ๆ
- (2) อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อสัมผัสกับสังคมภายนอกโดยเฉพาะบรรดาคอลัมน์ทางสังคม

ต่าง ๆ

- (3) หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมของตน
- (4) หนังสือพิมพ์มีราคาถูกและสามารถนำติดตัวได้สะดวก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงและ

วิทยุโทรทัศน์ก็มีลักษณะเฉพาะ เช่น

- 4.1 เป็นสื่อที่สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด
- 4.2 สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี
- 4.3 เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น
- 4.4 เกิดความรู้สึกพอใจที่แข่งขัน และสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ เช่น รายการทายปัญหา
- 4.5 เกิดความรู้สึกมั่นคงในการดำเนินชีวิต

5.3 การเลือกช่องทางการติดต่อสื่อสาร

การพิจารณาถึงการเลือกช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Selecting the communication channels) ช่องทางการติดต่อสื่อสารมี 2 แบบ คือ ช่องทางที่ใช้บุคคล และช่องทางที่ไม่ใช้บุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ช่องทางที่ใช้บุคคล (Personal channel) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยบุคคลมี 3 แบบคือ

1.1 ช่องทางการแนะนำ (Advocate channels) ช่องทางนี้ประกอบด้วย การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) ตัวแทนขาย (Sales representative) ของบริษัทซึ่งทำหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับผู้ซื้อและจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ

1.2 ช่องทางผู้เชี่ยวชาญ (Expert channels) ช่องทางนี้ประกอบด้วยบุคคลภายนอกที่เป็นผู้ให้คำแนะนำและมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อเป็นผู้ให้ข่าวสาร

1.3 ช่องทางสังคม (Social channels) ประกอบด้วยกลุ่มของผู้ซื้อ เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อ ช่องทางสังคมนี้เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า อิทธิพลของคำพูด (Word of mouth influence) และเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับผู้บริโภค

2. ช่องทางที่ไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal channels) หมายถึง ช่องทางที่ใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลมี 3 แบบที่แตกต่างกัน คือ สื่อมวลชน บรรยายากาศและเหตุการณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 สื่อมวลชน (Mass media) ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ สื่อแบบนี้ใช้กับบุคคลจำนวนมากและอยู่กระจัดกระจาย

2.2 บรรยายากาศ (Atmospheres) คือ สิ่งแวดล้อมที่กิจกรรมกำหนดขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ในการซื้อหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บรรยายากาศจึงถือเป็นสื่อที่ใช้กระตุ้นหรือสร้างความรู้สึกได้

2.3 เหตุการณ์ (Events) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อการส่งเสริมการตลาด

5.4 การเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

วันทนา สุรชีวิน (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคตินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับ

ปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์ คือวารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่น ๆ นั้น นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำและต่ำมาก

ทนายท กิตติกุล (2540 : 69) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า คนไทยส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวต่างประเทศจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร รองลงมา คือ การค้นหาข้อมูลจากการสอบถามจากบุคคลใกล้ชิด เพื่อนร่วมงาน สื่อวิทยุและโทรทัศน์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

6. ปัญหาในการเดินทาง

1. ขาดการพัฒนาชายหาด

ชายหาดของจังหวัดระยองยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขาดการวางแผนการใช้ที่ดินและอาคาร ขาดสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ขาดความหลากหลายของกิจกรรมที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักผ่อน และใช้เวลาอยู่ในพื้นที่ได้นานวันขึ้น

2. ความเสื่อมโทรมของเกาะเสม็ด

ความเสื่อมโทรมของสภาวะแวดล้อม และนิเวศวิทยาของอุทยานแห่งชาติทางทะเลเขาแหลมหญ้า-เกาะเสม็ด อันเป็นผลมาจากผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาเป็นจำนวนมากประกอบกับการพัฒนาที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกบนเกาะ โดยไม่คำนึงถึงสภาวะแวดล้อมโดยไม่อาจควบคุมได้

3. ถนนสุขุมวิทแออัด

เส้นทางเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดและจังหวัดภายในที่สำคัญ คือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เริ่มมีความแออัด หากชุมชนอุตสาหกรรมหลักและท่าเรือน้ำลึกพัฒนาจนเต็มรูปแบบและทำให้การจราจรติดขัด จนเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งและการท่องเที่ยว

4. ขาดการพัฒนาการขนส่งทางทะเล

ยานพาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการขนส่งทางทะเล ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขาดการควบคุมดูแล กำกับตรวจสอบความแข็งแรง น้ำหนักบรรทุก อุปกรณ์ช่วยชีวิต และอุปกรณ์การสื่อสารประจำเรือ ทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย นอกจากนั้นแล้วคุณภาพของเรือยังไม่เหมาะสมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพ ขาดท่าเทียบเรือเฉพาะเพื่อการท่องเที่ยว

5. ขาดที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกชายหาด

จังหวัดระยอง ยังขาดที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาตรฐานนานาชาติที่จะดึงดูดให้ผู้เยี่ยมชม โดยเฉพาะชาวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาพักผ่อน โดยเฉพาะที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกชายหาด (Beach Accommodations)

6. ขาดบุคลากร

การขยายตัวของที่พักอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปัญหาความขาดแคลนบุคลากรด้านบริการในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยวระดับต่าง ๆ เป็นอย่างมาก

6.1 ปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ทองหยด สวนทอง (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่มีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชันมาคอยให้คำแนะนำอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินโดยเฉพาะเด็กและคนชรา ห้องสุขาไม่เพียงพอ แพรื่อน้ำคับแคบ ไม่สะดวกต่อการเดินดูและซื้อสินค้า ถึงทั้งขยจะไม่เพียงพอ ชุมและศาลาที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ บ้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำไม่ชัดเจน และขาดความต่อเนื่อง ราคาสินค้าบางชนิดแพงกว่าที่อื่น สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่มบางชนิดยังมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

7.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (The Importance of Tourism Industry)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง

นิคม จารุมณีปริชา (2544 : 5-7) ได้สรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลารว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้

ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปประเทศใดก็ต้องจ่ายเป็นค่าอาหารซื้อผลิตผลพื้นเมืองและหากพักแรมก็ต้องจ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2527 กระนั้นก็ดีนักวิชาการการท่องเที่ยวยังเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นเพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะประชากรโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่ส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้น ตั้งแต่ก่อนการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า "การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน"

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิตเพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนเกษตรอื่น ๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่แปรผันหรือขึ้นอยู่สภาพฟ้าอากาศ ดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจัง ที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลาย ๆ ด้าน ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปที่ไหน จะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วย

เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

7.2 มลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อจะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อย ๆ ก็มี บางคนมีความภาคภูมิใจที่จะส่งรูปไปรษณียบัตรของเมืองที่ไปเที่ยวไปให้เพื่อนฝูงเป็นเชิงโอ้อวดว่าได้ไปถึงไหน ๆ ก็มี จะเห็นได้ว่าเหตุที่ทำให้เกิดสุขารมณ์ของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายอย่างหลายประการ และในหลายกรณีผสมกันมากกว่า 2-3 อย่างเสียด้วย ยิ่งถ้าเอาอุปนิสัยใจคอ รสนิยม ภูมิหลัง และฐานะการเงินเข้าไปเป็นตัวแปรด้วยแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อสุขารมณ์ยิ่งแปรผันไปอย่างกว้างขวางซับซ้อนที่สุด เป็นหน้าที่สำคัญของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะต้องจัดชวยบริการให้เป็นไปตามลักษณะปลีกย่อยของการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ดี

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้แก่พวกที่ใช้วันหยุดงานเพื่อพักโดยไม่ทำอะไรทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจได้ว่าสงบจริง ๆ เช่น ชายหาดไกล ๆ ผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอึกทึกครึกโครม นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น อากาศหนาวเย็น อากาศแห้งแล้ง ลมพัดเฉื่อยฉิวอยู่เป็นนิจ พวกเจ็บไข้โดยโรคบางอย่างอาจเลือกไปเที่ยวพักผ่อนที่ศูนย์บำบัดโรคบางอย่างโดยเฉพาะ เช่น พวกที่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินของลมหายใจจะเลือกไปพักผ่อน ณ ที่ที่มีความชื้นน้อย ๆ พวกโรคผิวหนังไปพักผ่อนใกล้ ๆ บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวยที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันเพื่อสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมสิ่งศิลปานาพรรณในหอศิลป์ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ ๆ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานนมกรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปครั้งสำคัญ ๆ เช่น ดนตรี ละคร (เช่น ในการเปิดโรงละครโอเปร่าอันสง่างามพิสดารที่เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย เมื่อ ค.ศ. 1973) ฯลฯ การเดินทางโดยมีเหตุจูงใจดังกล่าวเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนักธุรกิจท่องเที่ยวมักจะฉวยเอาเป็นโอกาสเพื่อขายทัวร์เป็นพิเศษ เหตุจูงใจอย่างเดียวกันนี้ก็จูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากมายเช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

ชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ ๆ ของโลกเช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ ซึ่งแชมป์เปียนโลกหรือแชมป์เปียนภาค ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมกันมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันเสียอีก การแข่งขันกีฬาประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่ ๆ นับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญโดยผู้จัดกีฬาเขตอบอาจไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งในประเทศหรือระหว่างประเทศมักจะมีการแข่งชิงกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้เล็งเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬา

อีกชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้น ๆ เช่นในฤดูหนาว ซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลแล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา และในฤดูกาลอื่น ๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่ายิงสัตว์ ตกปลา ขี่ม้า แม้แต่ขับรถเที่ยวเล่นโดยไม่มีจุดหมายปลายทาง จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังที่จะได้เห็นได้ว่าอ่าวพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งแล่นเรือใบ Lake Placid ในสหรัฐเป็นแหล่งการเล่นสกีเกิดน้ำแข็ง และหุบเขา Alpine ในประเทศต่าง ๆ เป็นแหล่งเล่นสกี เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรีและความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว แต่ในด้านเศรษฐกิจของวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่า ๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้นถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการเจรจาซื้อขายสินค้า การชมนิทรรศการสินค้าหรือเทคโนโลยี ก็เรียกว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้านโดยตรง

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ

ในสมัยปัจจุบันซึ่งมีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นอย่างมากมาย จนองค์การ IUOTO เดิมเห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่งตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่า ใน ค.ศ. 1967 มีการประชุมประเภทต่าง ๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง และผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงเป็นอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวมีทางโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกอย่างมากและอย่างรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้เกือบจะไม่มีใครยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบที่เดียว

สมัยนิยมแห่งการประชุมมีประโยชน์แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มปริมาณให้แก่การขนส่งแล้ว โรงแรมต่าง ๆ ยังได้ผู้มาพักในฤดูกาลที่โรงแรมพร้อมผู้พักอย่างมากด้วย เพราะการประชุมมักจะต้องรอเวลานัดหมายกัน ในขณะที่โรงแรมว่างจากนักท่องเที่ยวในฤดูกาลเพื่อที่จะให้มีที่พักพอเพียงสำหรับผู้เข้าประชุม เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วก็มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุม และโรงแรมในเมืองนั้นก็พยายามแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุง และสร้างห้องประชุมให้สะดวกสบายสำหรับการประชุม

เกือบจะกล่าวได้ว่าทุกวันนี้การสร้างโรงแรมมิได้มีแผนเพียงจะสร้างแต่ห้องพัก ห้องกินข้าว และห้องนั่งเล่นเท่านั้น แต่หากจะต้องมีห้องโถงจัดไว้สำหรับการประชุมโดยเฉพาะแทบทุกโรงแรมทีเดียว เมืองในยุโรปที่องค์กรและสมาคมต่าง ๆ ชอบจัดให้มีการประชุมได้แก่เมือง เยนีวา โรม ปารีส แมดริด ในทางตะวันออกเข้าใจว่า กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ มะนิลา และบาห์ลี มีจำนวนการประชุมและสัมมนาพอ ๆ กัน เป็นเมืองที่มีองค์กรต่าง ๆ มาประชุมกันมากกว่าเมืองอื่น ๆ และในประเทศไทยนั้น เชียงใหม่ สงขลา พัทยา ถูกจัดเป็นที่ประชุม สัมมนา มากกว่าเมืองอื่น ใดทั้งสิ้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

องค์กร IUOTO ได้จัดจำพวกการท่องเที่ยวไว้เพียง 5 ประเภท แต่ทุกวันนี้มีการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งซึ่งอาจไม่อยู่ในประเภทหนึ่งประเภทใดโดยเฉพาะ บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้สิทธิหยุดพัก sabbatical leave แล้วเดินทางไปสอนในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยหนึ่งมหาวิทยาลัยใดโดยเฉพาะที่มหาวิทยาลัยส่งไปเป็นกลุ่มก่อนให้เรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศ มีมากในประเทศฝรั่งเศสและเยอรมัน ในประเทศไทยมีนักศึกษาวิทยาลัย St. Olaf ในมลรัฐมินเนโซตา มาเรียนที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดภาคการเรียน 3-4 เดือน พวกนักเรียนที่ได้รับทุนแลกเปลี่ยน เช่น American Field Service พวกหน่วยอาสาสมัครของอเมริกา ของอังกฤษ ของแคนาดา ของฝรั่งเศส พวกที่ได้รับเชิญให้ไปดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว พวกนักบรรยายอาชีพที่ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะเพื่อบรรยายลัทธิและวิชาการต่าง ๆ และที่ใหม่ที่สุดคือที่เกาหลี และฮ่องกง กำลังจะเปิดการสอนวิชากังฟู และวิชาปัสสนาขึ้นเป็นหลักสูตรสั้น ๆ 3-4 สัปดาห์ นักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาต่างประเทศทั้งหมดทั้งสิ้นเหล่านี้ นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลทีเดียว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นพวกที่นำเงินตราต่างประเทศมาให้แก่ประเทศเจ้าบ้านมากกว่าประเภทอื่นใด เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่จะต้องเข้าไปอยู่ในประเทศเจ้าบ้านนานกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นใดทั้งสิ้น ไม่นับเป็นวันหรือสัปดาห์ แต่หากนับเป็นเดือนหรือเป็นปีทีเดียว

8. นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2540-2546

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเร็วก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสื่อสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้
5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความหวงแหน และช่วย

ทำนุบำรุงมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันมาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป

8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่เป็นระยะเวลานานขึ้น ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาคโดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยงให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่นอันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติและองค์กร

9. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดระยอง

ระยอง เริ่มปรากฏชื่อในพงศาวดารเมื่อปีพุทธศักราช 2133 ในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชาแห่งกรุงศรีอยุธยาสันนิษฐานว่าเมืองนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณปีพุทธศักราช 1500 ยุคที่ขอมมีอำนาจภาพเฟื่องฟูแถบดินแดนสุวรรณภูมิ ปรากฏจากหลักฐาน คือ ซากศิลาแลง คูค่ายที่ยังหลงเหลืออยู่ในเขตอำเภอบ้านค่าย อันเป็นศิลปะการก่อสร้างแบบขอม

ประวัติศาสตร์กล่าวถึงเมืองระยอง ระหว่างที่กรุงศรีอยุธยาใกล้จะเสียทีแก่พม่าเป็นครั้งที่ 2 ในรัชสมัยของพระเจ้าเอกทัศ ปีพุทธศักราช 2309 พระยาวิชิตปราการ หรือพระยาตากพร้อมไพร่พลประมาณ 500 คน ได้ตีฝ่าวงล้อมทัพพม่า มาหยุดพักไพร่พลที่เมืองระยองก่อนเดินทางต่อไปยังเมืองจันทบุรี เพื่อยึดเป็นที่ตั้งมั่นในการกอบกู้เอกราชคืนจากพม่าในปีพุทธศักราช 2311

จังหวัดระยองตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 100 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3,552 ตารางกิโลเมตร เป็นแหล่งอาหารทะเล และผลไม้รสชาติดี เป็นเมืองอุตสาหกรรม และเป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญ แบ่งการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ประกอบด้วยอำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง อำเภอบ้านค่าย อำเภอบ้านฉาง อำเภอปลวกแดง อำเภอวังจันทร์ กิ่งอำเภอเขาชะเมา และกิ่งอำเภอนิคมพัฒนา

การเดินทาง

ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ถึง ระยอง เดินทางไปได้หลายเส้นทาง

เส้นทางที่ 1 ไปตามทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เป็นระยะทาง 220 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 2 ไปตามทางหลวงหมายเลข 3 และแยกซ้ายจากถนนสุขุมวิทตรงกิโลเมตรที่ 136.5 เข้าทางหลวงหมายเลข 36 เป็นระยะทาง 185 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 3 ไปตามทางหลวงหมายเลข 34 และเข้าทางหลวงหมายเลข 3138 โดยผ่านอำเภอบ้านบึง เป็นระยะทาง 179 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 4 ไปตามทางหลวงหมายเลข 3 และเข้าทางหลวงหมายเลข 344 (สายบางนา-ชลบุรี-แกลง)

ทางเดินรถโดยสารประจำทาง

มีรถประจำทางออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออก(เอกมัย) ไปยังตัวจังหวัดระยองและอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดหลายเส้นทาง ได้แก่ สายกรุงเทพฯ-ระยอง บ้านแพ แกลง แหยมแม่พิมพ์ มาบตาพุด ประแสร์ เป็นต้น รถปรับอากาศ ค่าโดยสารเอกมัย - ระยอง 85 บาท ค่าโดยสารเอกมัย - บ้านแพ 90 บาทและรถธรรมดา ค่าโดยสาร 47 บาท สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่โทร. 0-2391-8097 , 0-2391-2504 สถานีเดินรถระยอง โทร.0-3861-1378

นอกจากนี้ยังมีรถประจำทาง (รถธรรมดา)และรถปรับอากาศชั้น 2 ระยอง ออกจากสถานีขนส่งหมอชิตใหม่ ถนนกำแพงเพชร 2 ทุก 1 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 04.00 – 15.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง รายละเอียดติดต่อ โทร.0-2936-2852-66

การเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ

มีบริการรถประจำทางออกจากสถานีขนส่งจังหวัดระยองไปยังจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ หนองคาย อุบลราชธานี เป็นต้น ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่สถานีขนส่งระยอง โทร. 0-3861-1378

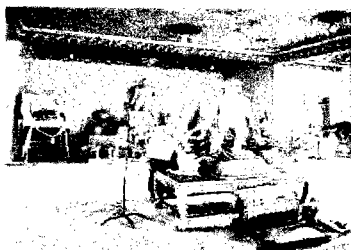
ทางเครื่องบิน บริษัท บางกอกแอร์เวย์ส มีบริการเที่ยวบินสู่ตะกั่วป่า-สมุย-ภูเก็ต ทุกวัน รายละเอียดติดต่อ โทร. 0-2229-3456-63

การเดินทางภายในจังหวัดระยอง

ส่วนใหญ่ใช้รถสองแถวจากบริเวณสถานีขนส่งระยองไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่สายระยอง-มาบตาพุด-บ้านฉาง, ระยอง-บ้านค่าย, ระยอง-หาดแม่รำพึง-บ้านก้นอ่าว, ระยอง-ปากน้ำระยอง, ระยอง-บ้านแพ-สวนสน-แหยมแม่พิมพ์, ระยอง-แกลง (สามย่าน) โดยมีอัตราค่าโดยสารระหว่าง 5-20 บาท

10. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

สถานที่ที่น่าสนใจในตัวเมืองและบริเวณใกล้เคียง



ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน อยู่ในบริเวณวัดลุ่มมหาชัยชุมพล ถนนตากสินมหาราช มีต้นเสียดขนาดใหญ่อยู่หน้าศาล อายุประมาณ 300 ปี เล่ากันว่า สมเด็จพระเจ้าตากสินทรงนำช้างมาผูกไว้ที่ต้นเสียดนี้ ครั้นเมื่อเสียดผ่นเพื่อไปรวบรวมไพร่พล และตั้งทัพเพื่อเตรียมกู้ อิศราภาพที่จันทบุรี ศาลนี้เป็นที่นับถือของชาวเมือง คนจีนนิยมมา สักการะในเทศกาลตรุษจีน ในศาลมีพระพุทธรูปหล่อของพระเจ้าตากสินในท่าประทับยืนประดิษฐานอยู่



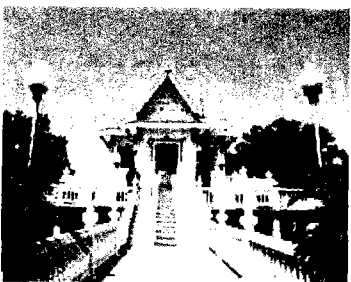
วัดป่าประดู่ อยู่ในเขตเทศบาลเมือง ถนนสุขุมวิท เป็นวัดเก่าแก่ สันนิษฐานว่า สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้รับการยกฐานะเป็นพระอารามหลวงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ภายในวิหารมีพระนอนขนาดใหญ่ ยาว 11.95 เมตร สูง 3.60 เมตร พระพุทธรูปองค์นี้มีลักษณะแปลกคือนอนตะแคงซ้าย เดิมอยู่กลางแจ้ง ต่อมาสร้างวิหารครอบเมื่อปี 2524



ศาลหลักเมือง ตั้งอยู่ที่ถนนหลักเมืองในเขตเทศบาล เดิมเป็นศาลไม้ต่อมาได้รับการปฏิสังขรณ์เป็นอาคารอิฐถือปูนลักษณะอาคารเป็นศาลเจ้าจีน ตัวหลักเมืองเดิมอยู่หน้าศาล มีร่มกางกันแดดกันฝน ปัจจุบันมีการสร้างศาลหลักเมืองใหม่และสร้างมณฑลจตุรมุขครอบเมื่อปี พ.ศ.2535 ศาลหลักเมืองนี้เป็นที่เคารพนับถือของชาวเมืองระยอง มีการจัดงานสมโภชทุกปี



พระเจดีย์กลางน้ำ อยู่ในวัดสมุทรคงคา (วัดปากน้ำ) ตั้งอยู่สุดถนนตากสินมหาราชแยกขวาเข้าถนนสมุทรคงคาห่างจากตัวเมืองไปทางใต้ 2 กิโลเมตร องค์พระเจดีย์ตั้งอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำระยอง เป็นโบราณสถาน ไม่ปรากฏว่าใครเป็นผู้สร้าง องค์พระเจดีย์สูงประมาณ 10 เมตร ในสมัยที่ยังใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำ เจดีย์กลางน้ำเป็นสัญลักษณ์ของชาวเรือว่าได้เดินทางมาถึงเมืองระยองแล้ว ในวันเพ็ญเดือนสิบสองของทุกปี จะมีงานประเพณีสมโภชห่มผ้าพระเจดีย์ มีการแข่งเรือยาวและการละเล่นต่างๆ



สวนศรีเมือง ชาวเมืองนิยมเรียกว่า “เกาะกลาง” ตั้งอยู่กลางเมืองด้านหลังศาลากลางจังหวัด เนื้อที่ประมาณ 70 ไร่ ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของสวนสัตว์ สวนสาธารณะ และสวนสุขภาพสำหรับประชาชน ด้านหน้าเป็นที่ตั้งของหอพระพุทธอังคีรสซึ่งเป็นอาคารทรงไทย หลังคาจตุรมุข อันเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอังคีรส ซึ่งถือเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของชาวระยอง

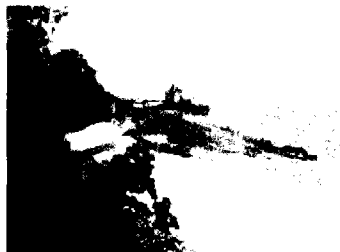


หาดทรายทอง อยู่ในเขตอำเภอมายาพุด อำเภอมือระยอง ห่างจากตัวเมืองออกไป 12 กิโลเมตร แยกซ้ายจากถนนสุขุมวิท ตรงกิโลเมตรที่ 207 -208 เข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร มีร้านอาหารทะเลริมหาด



หาดแหลมเจริญ ตั้งอยู่ตำบลปากน้ำ ห่างจากตัวเมืองระยอง 5 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่อยู่ใกล้ตัวเมืองมากที่สุด

หาดแสงจันทร์ ตั้งอยู่ตำบลปากน้ำ ห่างจากตัวเมือง 7 กิโลเมตร เป็นชายหาดติดต่อกับชายหาดแหลมเจริญ สามารถเล่นน้ำทะเลได้ มีร้านอาหารและที่พักหลายแห่ง



หาดแม่รำพึง-บ้านกันอ่าว อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง ประมาณ 12 กิโลเมตร จากถนนสุขุมวิท มีทางแยกขวาที่กิโลเมตร 229 เข้าหาดแม่รำพึงชายหาดมีความยาว 12 กิโลเมตร ถนนเลียบชายหาดยาว 10 กิโลเมตร ชายหาดสะอาด มีความลาดชันน้อย เหมาะแก่การเล่นน้ำ สุดชายหาดเป็นที่ตั้งของบ้านกันอ่าว ซึ่งเป็นหมู่บ้านประมงเล็ก ๆ

เขาแหลมหญ้า อยู่เลยบ้านกันอ่าวมาเล็กน้อย ตามถนนเลียบชายหาดเป็นเนินเขาเตี้ย ๆ ริมทะเล มีเนื้อที่ประมาณ 680 ไร่ บางส่วนเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเล ปกคลุมด้วยปาละมะหาด ด้านหน้าเป็นชายหาดยาว เป็นที่ตั้งของที่ทำการอุทยานฯ มีบ้านพักบริการนักท่องเที่ยว

สวนพฤกษชาติโสภณ ตั้งอยู่ใกล้ปากทางเข้าบ้านเพ ห่างจากตัวเมืองระยองประมาณ 17 กิโลเมตร จากถนนสุขุมวิทตรงกิโลเมตรที่ 238 แยกขวา เข้าไปประมาณ 200 เมตร สวนอยู่ด้านขวามือ สวนพฤกษชาติโสภณเป็นสวนที่มีต้นไม้หลากชนิดแห่งหนึ่ง มีเนื้อที่ 32 ไร่ นอกจากนี้ยังมีเรือนไทยโบราณ อายุรวม 100 ปี จำนวน 3 หลัง จัดแสดงเครื่องลายครามของไทยสมัยต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องปั้นดินเผาสมัยบ้านเชียงมีเป็นจำนวนมาก อัตราค่าเข้าชมสำหรับคนไทย ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท ชาวต่างประเทศ 50 บาท เปิดทุกวัน ยกเว้นวันพฤหัสบดี ตั้งแต่เวลา 09.00 – 16.00 น. รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อ มูลนิธิเสวตรโสภณ โทร. 0-3865-1688

บ้านเพ อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 19 กิโลเมตร จากถนนสุขุมวิทแยกขวาตรงกิโลเมตรที่ 238 ประมาณ 3 กิโลเมตร หรือถ้ามาตามถนนเลียบชายหาดจะอยู่เลยบ้านกันอ่าวมาประมาณ 4 กิโลเมตร มีร้านอาหารของพื้นเมืองต่าง ๆ เช่น น้ำปลา ปลาหมึก กุ้งแห้ง กะปิ ฯลฯ และเป็นที่ตั้งของท่าเรือไปเกาะเสม็ด

อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลแห่งที่ 3 ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2524 มีเนื้อที่ 81,875 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่บนฝั่งและในทะเลตลอดจนเกาะต่าง ๆ ประกอบด้วยสถานที่ที่น่าสนใจ คือ หาดแม่รำพึง เขาแหลมหญ้า และหมู่เกาะเสม็ด อันประกอบไปด้วย เกาะเสม็ด เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม เกาะหินขาว เกาะค้างคาว เกาะกุฎี เกาะกรวยและเกาะปลาตีน

อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ 3 เส้นทาง คือ เกาะเสม็ด เกาะกุฎี และเขาแหลมหญ้าในแต่ละเส้นทางจะพบพันธุ์ไม้นานาชนิด เช่น พันธุ์มะนาวป่า ต้นไข่เต่า ต้น

ชั้นทองพยับบาท ดันเสม็ดแดงและสัตว์ป่า เช่นอีเห็นเครือ พังพอนเล็ก ลิงแสม กระรอกหลากสี นกนางแอ่นบ้าน และนกฮูก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีจุดชมวิวยีก 3 เส้นทางอีกด้วย



เกาะเสม็ด เชื่อกันว่าคือเกาะแก้วพิศดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณีของสุนทรภู่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อของจังหวัดระยองที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตั้งอยู่ตำบลเพ อำเภอเมือง อยู่ห่างจากชายฝั่งบ้านเพประมาณ 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3,125 ไร่ มีลักษณะเป็นเกาะรูปสามเหลี่ยม ส่วนฐานของเกาะอยู่ด้านทิศเหนือ ซึ่งหันเข้าสู่ฝั่งบ้านเพ จะอยู่ทางด้านเหนือและด้านตะวันออก เหตุที่มีชื่อว่า “เกาะเสม็ด” เพราะเกาะนี้มีต้นเสม็ดขาว และเสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก ซึ่งในอดีตชาวบ้านนำมาใช้ทำไม้จุดไฟ บนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง ประมาณ 80 % ของพื้นที่ เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-กันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคมมีมรสุมและคลื่นลมจัดมาก เดือนสิงหาคมมีฝนตกชุก

การเดินทางจากบ้านเพไปเกาะเสม็ด

จากท่าเรือบ้านเพ มีเรือโดยสารบริการทุกวันตั้งแต่เวลาประมาณ 07.00-16.00 น. (รอผู้โดยสารประมาณ 7 คน จึงออกเรือ) หรือมีเรือโดยสารเหมาบริการตลอด 24 ชั่วโมง ค่าโดยสารจากบ้านเพ-หาดทรายแก้วไป-กลับ 80 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 40 นาที จากบ้านเพ-อ่าววงเดือน ไป-กลับ 100 บาท สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ท่าเรือนวลทิพย์ โทร (038)651508 ท่าเรือศรีบ้านเพ โทร. (038)651902ท่าเรือสะพานปลาบ้านเพ โทร. (038)651441

การเดินทางบนเกาะเสม็ด

บนเกาะเสม็ดมีถนนเพียงสายเดียว เป็นทั้งถนนคอนกรีตและถนนดิน บนเกาะมีรถสองแถวบริการไปตามหาดต่างๆ ค่ารถสองแถวประมาณ 10-50 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทาง หากต้องการเหมาเที่ยวทั้งเกาะ ราคาประมาณ 800 บาท

สถานที่น่าสนใจบนเกาะเสม็ดและเกาะใกล้เคียง

หาดต่างๆส่วนใหญ่อยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะแต่ละหาดอยู่ในอ่าวเล็กๆมีความยาวประมาณ 20 เมตร เรียงตามลำดับจากทิศเหนือไปทิศใต้ ดังนี้ หาดทรายแก้ว หาดคลองไผ่ อ่าวพุทรา อ่าวทับทิม อ่าวนวล อ่าวซ้อ อ่าวเทียน อ่าวหวาย อ่าวกวนนันทนอก อ่าวกระรัง ทางด้านตะวันออกมีหาดทรายอยู่หาดเดียวคืออ่าวพร้าว จากหาดทรายแก้วและหาดวงเดือน ซึ่งเป็นท่าเรือโดยสารบนเกาะเสม็ด สามารถเดินทางไปหาดอื่น ๆ ได้โดยใช้บริการรถสองแถวหรือเดินเท้าไปเอง



อ่าวทับทิม เป็นหาดทรายขาวทอดยาวตลอดด้านเหนือของเกาะตั้งแต่แหลมน้อยหน้าซึ่งอยู่บริเวณมุมเกาะด้านตะวันตกจนถึงแหลมเจ้าทับทิม ซึ่งมองเห็นจากฝั่งเพ ด้านหลังเป็นแนวเขากระโจมติดต่อเขาพลอยแหวน ซึ่งช่วยกำบังลม ทำให้มีผู้คนมา ตั้งบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก เรียกว่า "หมู่บ้านเกาะเสม็ด" ทางด้านแหลมทับทิมมีโขดหินขนาดใหญ่ สลับซับซ้อน เหมาะสำหรับนั่งชมธรรมชาติของท้องทะเลยามเย็น



อ่าวช่อ อยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะ มีหาดทรายขาวสะอาดยาวประมาณ 200 เมตร มีต้นมะพร้าวเป็นทิวแถวให้ร่มเงาเย็นสบาย ทำให้บรรยากาศร่มรื่นเงียบสงบ



หาดทรายอื่น ๆ บนเกาะเสม็ด ได้แก่ หาดหินโค้ง หาดคลองไผ่ หาดพุทรา หาดนวล หาดดอก หาดเทียน หาดทรายแก้ว และหาดกิวหนานอก เป็นต้น

อ่าวกลาง เป็นหาดทรายขาวทอดยาวตลอดด้านเหนือของเกาะตั้งแต่แหลมน้อยหน้า อยู่บริเวณมุมเกาะด้านตะวันตกจนถึงแหลมเจ้าแม่ทับทิม สามารถมองเห็นจากฝั่งบ้านเพ มีความยาวประมาณ 105 กิโลเมตร ตัวหาดทรายกว้างประมาณ 15-20 เมตร ด้านหลังเป็นแนวเขากระโจม ติดต่อเขาพลอยแหวนซึ่งช่วยกำบังลมทำให้ผู้คนมาตั้งบ้านเรือนอยู่เป็นจำนวนมาก เรียกว่า "หมู่บ้านเกาะเสม็ด" บริเวณนี้เป็นที่จอดพักเรือประมงและเรือท่องเที่ยว

ทางด้านแหลมทับทิมมีโขดหินขนาดใหญ่ซ้อนกันเหมาะสำหรับนั่งชมธรรมชาติในเวลาเย็น



หาดทรายแก้ว เป็นหาดทรายที่สวยงามที่สุดของเกาะเป็นหาดที่นักท่องเที่ยวทั้งหลายมุ่งหน้ามาชมและเล่นน้ำ เพราะเป็นหาดที่มีทรายขาวสะอาด และละเอียดมาก มีความกว้าง 25-30 เมตร และยาวประมาณ 780 เมตร ระยะทางจากหมู่บ้านเกาะเสม็ดถึงหาดทรายแก้วประมาณ 800 เมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 15-20 นาที

อ่าววงเดือน อยู่ทางด้านตะวันออกทางตอนกลางของเกาะ เป็นอ่าวโค้งคล้ายพระจันทร์ครึ่งดวง หาดทรายขาวสะอาดยาวประมาณ 500 เมตร บริเวณหน้าผาด้านหลังอ่าววงเดือนยังเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามอีกด้วย



อ่าวพร้าว อยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะ เป็นเพียงหาดเดียวที่อยู่ทางด้านนี้ อ่าวพร้าวมีความยาวประมาณ 200 เมตร มีความงามพอสมควร การเดินทางไปอ่าวพร้าวนอกจากจะเดินทางโดยเรือจากบ้านเพไปโดยตรง ซึ่งใช้เวลา 45 นาที นักท่องเที่ยวจะเดินทางจากบ้านเกาะเสม็ดไปก็ได้ แต่ค่อนข้างลำบาก

เกาะกฐี หรือเกาะกูด เป็นเกาะหนึ่งในวรรณกรรมของสุนทรภู่ อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะเสม็ด ห่างจากฝั่งประมาณ 6 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 63 ไร่ ใกล้กับเกาะกฐีมีเกาะเล็ก ๆ อีก 2 เกาะคือเกาะท้ายค้างคาว และเกาะถ้ำฤๅษี เกาะกฐีเป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์อุทยานฯ มีหาดทรายสวยงาม โดยรอบเกาะมีแนวปะการังเหมาะแก่การดำน้ำดูปะการัง

การเดินทางไปเกาะกฐีนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้ที่บ้านเพ ราคา 1,200-1,600 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 20 นาที บนเกาะมีที่พักของอุทยานฯบริการทั้งบ้านพักและเต็นท์ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. (038) 652136,653034 หรืองานบริการอุทยาน ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้ โทร. 561-4292-4 ต่อ 415

เกาะกรวย เกาะขาม และเกาะปลาตีน เป็นเกาะที่อยู่ตอนเหนือของเกาะกฐีประมาณ 600 เมตร เป็นเกาะที่สวยงาม มีแนวปะการังและสามารถตกปลาได้โดยสามารถเช่าเรือจากท่าเรือบ้านเพ

เกาะทะลุ ห่างจากเกาะกฐีไปทางทิศตะวันออกประมาณ 6 กิโลเมตร มีพื้นที่ 63 ไร่ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าดิบ ทิศตะวันตกเป็นผาหินสูงชัน ด้านทิศตะวันออกและทิศใต้มีหาดทรายขาวสะอาด เกาะทะลุมีนกนางนวล ค้างคาวแม่ไก่ อยู่เป็นจำนวนมาก และมีเต่าทะเลบางชนิดอาศัยอยู่ นอกจากนั้นมีปะการังที่สมบูรณ์อยู่รอบ ๆ เกาะ และเป็นแหล่งที่เหมาะสมแก่การดำน้ำลึกอีกแห่งหนึ่ง



สวนสน หรือสวนรุกชาติเพ อยู่ถัดจากบ้านเพ เป็นระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร ห่างจากตัวเมืองระยองประมาณ 29 กิโลเมตร ตามถนนเลียบชายหาดไปแหลมแม่พิมพ์ (ทางหลวงหมายเลข 3145) เป็นพื้นที่ป่าสนริมชายหาด มีต้นสนหลากหลายพันธุ์และยังมีพันธุ์ไม้อื่น ๆ เช่น ไม้ยาง ไม้ตะเคียน เป็นต้น

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอำเภอแกลง



สวนวังแก้ว ห่างจากตัวเมืองระยองประมาณ 38 กิโลเมตร อยู่เลยสวนสนไปตามถนนเลียบชายทะเลประมาณ 11 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเอกชนที่เก่าแก่ที่สุดของจังหวัดระยอง ภายในบริเวณมีธรรมชาติสวยงาม ทั้งสวนป่าธรรมชาติและสวนไม้ดอกไม้ประดับ มีหาดทรายและอ่าวซึ่งมีทัศนียภาพสวยงาม และมีการบริการบ้านพักและเต็นท์ มีจักรยานให้เช่าสำหรับผู้ที่ชอบออกกำลังกาย ค่าบัตรผ่านประตูผู้ใหญ่ 10 บาท เด็ก 5 บาท เปิดให้เข้าชมทุกวันเวลา 07.00-18.00 น. รายละเอียดติดต่อโทร. (038)638067-8 กรุงเทพฯ โทร. 259-4150-1



แหลมแม่พิมพ์ อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 45 กิโลเมตร จากถนนสุขุมวิท มีทางแยกขวาไปแหลมแม่พิมพ์ถึง 3 แห่งด้วยกัน คือตรงกิโลเมตรที่ 259.5, 263 และ 268 ผ่านอนุสาวรีย์สุนทรภู่ไปอีก 5 กิโลเมตร หรือห่างจากวังแก้ว ตามถนนเลียบชายหาดไปอีก 11 กิโลเมตร บริเวณชายหาดแม่พิมพ์เล่นน้ำได้คลื่นไม่แรงนัก



อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อยู่ห่างจากแหลมแม่พิมพ์ตามทางหลวงสาย 3145 (ถนนเลียบชายฝั่งทะเล) ประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นอนุสาวรีย์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ระลึกถึงสุนทรภู่ กวีเอกในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในบริเวณอนุสาวรีย์มีรูปปั้นตัวละครในเรื่องพระอภัยมณีบางตอน อนุสาวรีย์นี้เปิดเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2513



วัดสารนารถธรรมาราม ตรงกิโลเมตรที่ 265 ถนนสุขุมวิท ปากทางเข้าอำเภอแกลง แยกซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2488 องค์พระประธานจำลองมาจากพระพุทธรชินราช วัดมหาธาตุ พิษณุโลก บริเวณมุมโบสถ์ทั้ง 4 ได้จำลองพระพุทธรเจดีย์ที่สำคัญของแต่ละภาคไว้ คือ พระปฐมเจดีย์ พระธาตุพนม พระเจดีย์พุทธคยาจำลองและพระบรมธาตุไชยา



หมู่เกาะมัน เป็นหมู่เกาะในเขต ตำบลกร่ำ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง หมู่เกาะมัน มีอยู่ 3 เกาะ เกาะที่อยู่ใกล้ฝั่งมากที่สุด คือ เกาะมันใน ถัดไปคือเกาะมันกลาง และเกาะมันนอก

เกาะมันใน มีพื้นที่ประมาณ 131 ไร่ 3 งาน 31 ตารางวา มีอ่าวที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง เช่นอ่าวต้นมะขาม อ่าวหินโขดหญ้า อ่าวโก่งกาง และอ่าวหน้าบ้าน โดยเฉพาะที่อ่าวหน้าบ้านมีปะการัง ส่วนอ่าวโก่งกางมีทรายเรียบ เกาะมันในเป็นที่ดำเนินการโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล มีพันธุ์เต่าตนุ และเต่ากระ ตามพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

เกาะมันในอยู่ห่างจากแหลมแม่พิมพ์ 5 กิโลเมตร (ใช้เวลาเดินทาง 30 นาที) อยู่ห่างจากปากน้ำประแส 9.8 กิโลเมตร (ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง) การเดินทางไปเกาะมันในสามารถเช่าเรือไปได้จากแหลมแม่พิมพ์หรืออ่าวมะขามป้อมก็ได้ ค่าเช่าเรือประมาณ 500 บาท ติดต่อรายละเอียดเพิ่มเติมที่สถานีเพาะเลี้ยงพันธุ์เต่าทะเล เกาะมันใน โทร.(038)616096,657466

เกาะมันกลางและเกาะมันนอก เป็นเกาะที่มีหาดสวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน มีบ้านพักของเอกชนบริการ

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอำเภอบ้านฉาง

หาดพูนและหาดพลา ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 32 และ 34 กิโลเมตรตามลำดับ เป็นชายหาดยาวติดต่อกันมีความสวยงามและสงบ บริเวณหาดพลา มีสวนสนปลูกไว้หนาแน่นและร่มรื่น มีโรงแรมและบังกะโลให้เลือกพักหลายแห่ง

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอำเภอบ้านค่าย

สวนสุภัทรา ห่างจากตัวเมืองประมาณ 30 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 3143 เป็นสวนผลไม้ที่เปิดให้ประชาชนเข้าชม มีผลไม้ประเภทมังคุด ทุเรียน เงาะ ลองกอง เหมาะไปชมในช่วงฤดูผลไม้ราวปลายเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน ค่าเข้าชมสวนและชมผลไม้ท่านละ 120 บาท มีรถบริการนำชมสวนรอบละครึ่งชั่วโมง และมีที่พักบริการ เปิดบริการทุกวัน เวลา 8.00-18.00 น. สอบถามเพิ่มเติม โทร.(038)892048-9

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอำเภอปลวกแดง

โรงงานโลตัส คริสตัล ห่างจากตัวเมือง 30 กิโลเมตร เป็นโรงงานผลิตเครื่องแก้วคริสตัลแห่งแรกของ จ.ระยอง ซึ่งทางโรงงานได้เปิดให้ผู้สนใจสามารถเข้าชมกรรมวิธีการผลิตในขั้นตอนต่าง ๆ ตลอดจนเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาพิเศษได้ทุกวัน เว้นวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น. สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ โทร.(038)897028-32

อ่างเก็บน้ำดอกกราย ห่างจากตัวเมืองระยอง 35 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งโครงการศูนย์บริการพัฒนาปลวกแดงตามพระราชดำริ จังหวัดระยอง-ชลบุรี เป็นศูนย์กลางการศึกษา การพัฒนาเกษตร และศิลปาชีพ

พิเศษแก่ราษฎร โครงการต่าง ๆ ครอบคลุมพื้นที่กว่า 20,000 ไร่ บริเวณอ่างเก็บน้ำมีพื้นที่ประมาณ 1,300 ไร่ อุดมไปด้วยพันธุ์ปลา

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตกิ่งอำเภอนิคมพัฒนา

สวนสมุนไพร สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์บริเวณ บำรุงรักษาและบ้านพักมาบข่า การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย บนทางหลวงหมายเลข 3191 ต.มาบข่า ห่างจากตัวเมืองประมาณ 25 กิโลเมตร มีพื้นที่ 60 ไร่ จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมสมุนไพรและเป็นศูนย์รวมความรู้และงานวิจัยทดลองเรื่องสมุนไพรที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดแห่งหนึ่ง เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. สำหรับผู้ที่ต้องการเข้าชมเป็นหมู่คณะ กรุณาติดต่อล่วงหน้าในเวลาราชการ วันจันทร์-พฤหัสบดี เวลา 08.30-16.30 น. วันศุกร์เวลา 08.30-16.00 น. สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ โทร.(038)681827-30 หรือทำหนังสือถึงรองผู้จัดการใหญ่ ด้านปฏิบัติการโรงแยกก๊าซระยอง เลขที่ 555 โรงแยกก๊าซ ปตท. ถ.สุขุมวิท ต.มาบตาพุด อ.เมือง จ.ระยอง 21150

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตกิ่งอำเภอเขาชะเมา



อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 71 กิโลเมตร ไปตามถนนสุขุมวิทตรงกิโลเมตรที่ 274 ถึงบริเวณสี่แยกเขาหินเลี้ยวซ้ายเข้าไป 17 กิโลเมตร สภาพเส้นทางเข้าอุทยานฯ ราวดงามอย่างดี ที่ทำการอุทยานฯ อยู่ในเขตท้องที่ตำบลทุ่งความกิน สภาพป่าอุดมสมบูรณ์ ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2518 มีเนื้อที่ 52,300 ไร่ เป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำประแสร์ มีพันธุ์ไม้ต่างๆ อาทิเช่น ไม้ชิงชัน ไม้ประดู่ ไม้มะค่า ไม้ตะเคียนยาง ไม้มะค่า ไม้กฤษณา กล้วยไม้ป่า ไม้ประดับจำพวกว่านต่าง ๆ หวาย ไม้ป่า และเฟิร์นชนิดต่าง ๆ ขึ้นอยู่ทั่วไป

อุทยานฯ มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ 2 เส้นทาง ระยะทาง 2 กิโลเมตร และระยะทาง 3 กิโลเมตร โดยจะต้องลงทะเบียนก่อนเดินศึกษา ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตลอดเส้นทางจะได้พบพันธุ์ไม้ต่าง ๆ พืชสมุนไพร ไปงสัตว์ ที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าและจุดชมวิวกองอุทยานมีบึงกะโล ค่ายพักแรม และสถานที่การเดินทางที่ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่นำเดินทไปทางเอง โดยเสียค่าธรรมเนียม 10 บาท/คนคืน รายละเอียดเรื่องที่พักติดต่อสอบถามรายละเอียดและจองได้ที่ กองอุทยานแห่งชาติ โทร.579-7223, 579-5734

สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอุทยานไค้แก

น้ำตกเขาชะเมา (น้ำตกคลองน้ำใส) แยกจากถนนสุขุมวิทที่บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 274 เข้าไปประมาณ 16 กิโลเมตร ลักษณะน้ำตกเป็นธารน้ำใสรองรับน้ำตกขนาดใหญ่ยาวประมาณ 3 กิโลเมตร ประกอบด้วยน้ำตกที่สวยงาม 8 ชั้น ได้แก่ วังมัจฉา วังมรกต ผากล้วยไม้ น้ำตกหกลาย และผาสูง เป็นต้น ในชั้นวังมัจฉามีปลาพลวง ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดขนาดใหญ่อาศัยอยู่ชุกชุม

ผาสุวรรณ จากที่ทำการไปประมาณ 1,500 เมตร ซึ่งเป็นจุดชมทิวทัศน์ได้กว้างไกลระหว่างเดินทาง สามารถพบเห็นธรรมชาติที่สวยงาม และพันธุ์ไม้นานาชนิด เหมาะแก่การศึกษาค้นคว้าทางธรรมชาติ ต้องติดต่อเจ้าหน้าที่นำทาง

น้ำตกคลองปลาแกว อยู่ห่างจากที่ทำการประมาณ 3 กิโลเมตร น้ำตกมีหลายชั้น ตลอดทางมีพันธุ์ไม้จำพวกเฟิร์นและกล้วยไม้ขึ้นอยู่ทั่วไป

น้ำตกคลองหินเพลิง ตั้งอยู่ทางด้านจังหวัดจันทบุรีห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดเล็กมีน้ำไหลตลอดปี สภาพป่ายังสมบูรณ์ ตลอดสองข้างทางของน้ำตกมีดงवानและดอกไม้ที่แปลกตา มีสัตว์ป่าที่อาจพบเห็นได้

ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช อยู่ตรงข้ามกับทางแยกเข้าอุทยานแห่งชาติเขาชะเมาเขาหลวง เลี้ยวขวาเข้าไปประมาณ 10 กิโลเมตร หรือจะเข้าทางถนนที่เข้าสู่ปากน้ำประแสร์อีกทางหนึ่งก็ได้ ภายในศาลประดิษฐานรูปหล่อทองคำของพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรฯ พระบิดาแห่งกองทัพเรือไทยและเป็นที่เคารพสักการะของชาวเมืองระยอง

11. รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 -24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้น้อยกว่า 1,000 US\$ ต่อเดือน ส่วนแหล่งข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้รับจากเพื่อน/ญาติมากที่สุดและเพียงพอแก่ความต้องการ นักท่องเที่ยว

สุชาติ นิมหิรัญวงศ์ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ" กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปานกลางโดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ในระดับปานกลาง และมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในระดับน้อย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การสนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยว

✓ ตรียสุตา เลี้ยงไฟศาล (2543 : 19) ศึกษาเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวงังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000" กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีภูมิลำเนาอยู่ในยุโรปเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีสำนักงานอยู่ที่ยุโรปถึง 4 สำนักงานซึ่งมากกว่าที่อื่น ๆ ทำให้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึงมากกว่า ชาวยุโรปได้รับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากสื่อบุคคล เช่น เพื่อน/ญาติพี่น้องมากกว่าจากสำนักงาน ททท. การเปิดรับข่าวสารกลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต โดยสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน/ญาติพี่น้อง รองลงมาคือ สื่อมวลชน นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปและอเมริกามีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากหนังสือแนะนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียเนีย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และนักท่องเที่ยวกลุ่มอเมริกาเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และโอเชียเนีย ตามลำดับ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวส่วนตัวมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าเดินทางมาเป็นหมู่คณะ โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะจะเปิดรับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวอเมริกามีความเห็นว่โรงแรมและร้านอาหาร/ภัตตาคาร เป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

ธนาภรณ์ เมทธิสตุติ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร" ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สัญชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์กาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาคูณทุนของสื่อวิถีทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิถีทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ พบว่ ปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุนเท่ากับ 8 ม้วนต่อวัน

บุญเลิศ เปเรว่ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่" กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ให้ความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุดในระดับ "สำคัญมาก" ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยว และภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวชมราตรี เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมาก" ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและอัยาศัยไมตรีของประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และอนุภูมิ และสภาพอากาศ

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมาก” ต่อคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้า ความหลากหลายของสินค้า ร้านค้าและการตกแต่งและพนักงาน

ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน

ด้านโครงสร้างพื้นฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดในระดับ “สำคัญมากที่สุด” ต่อการกำจัดขยะมูลฝอย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านบริษัทนำเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท วิถีชีวิตและอัยาศัยของประชาชน

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและด้านพนักงาน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจ” ต่อทุกองค์ประกอบ

ด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน รายการนำเที่ยวน่าสนใจและความหลากหลายของรายการนำเที่ยว

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจสูงสุดในระดับ “พึงพอใจมากที่สุด” ต้ององค์ประกอบด้านระบบไฟฟ้า

ส่วนด้านปัญหาที่พบกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมและปัญหาค่าบริการต่าง ๆ ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างแพง

วิธีนี้ วรรณสกุล (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่าง ๆ ต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

3. ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น

สุชาดา วรรณะมานี (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ มีความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน มีภูมิสำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน จะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิสำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อ นิตยสาร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

8. ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงนิเวศ

9. ทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.6 และเพศหญิง ร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15 – 29 ปี สถานภาพเป็นโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 35,000 บาท อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีภูมิสำเนาในภาคกลาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน/พักผ่อน ใช้เวลาฟานักเฉลี่ย 1 – 2 คืน ในการมาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง 500 – 1,499 บาทต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากต่ำกว่า 500 บาท การเดินทางมักไปด้วยตนเองหรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการมาเที่ยวมากที่สุดคือสื่อบุคคล ในการมาเที่ยวจะพักแรมที่บังกาโล รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวเพชรบุรีแล้วประทับใจจึงกลับมาเที่ยว

อีก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมา คือ การคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิฐานะแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน

✓ สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันทั้งภูมิฐานะ ทัศนคติ รสนิยม และความต้องการท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยบวก คือ สภาพภูมิทัศน์ของท้องถิ่นนั้นและสาธารณูปโภคที่เพียงพอ ส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่า ในจังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากที่สุดคือ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางไปยังจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากจังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาความเป็นเมืองขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดความสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลงและยังประสบปัญหาต่อเนื่องอีก ได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัด และปัญหามลพิษ ส่วนที่สอง เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับภูมิฐานะ ผลปรากฏว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยทางด้านบวกในด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรมและปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนจังหวัดภูเก็ต ปัจจัยทางด้านบวกในด้านภูมิอากาศที่ดี ความเป็นมิตรและอบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดี และการอาบแดด และปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรมและปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ มีความสัมพันธ์กับภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจะพบว่า ปัจจัยในแต่ละท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน

ศกลวรรณ พาเรือง (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบจากปัจจัยการใช้เวลาว่าง 16 กิจกรรมของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า สามารถจัดองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) และกิจกรรมที่ไม่ต้องลงมือกระทำ (Passive Activity) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปี , สาขาวิชา , ภูมิฐานะ และบุคคลที่พำนักอาศัยด้วย กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ความรู้ในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สมสกุล แอลเฟรด (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประชาชนในท้องถิ่น : กรณีศึกษา เกาะลัน เมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในท้องถิ่น เกาะลัน เมืองพัทยา มีพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลาง เพศ อายุ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากวิทยุ ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเจตคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประชาชนในท้องถิ่น เกาะลัน เมืองพัทยา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติแตกต่างกัน

สิริกาญจน์ ปรับโดวิดโจโย (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า

1. อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ
2. การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ
3. การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาหาดเมืองพัทยาทั้งเพศหญิง และเพศชายมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีอายุเฉลี่ย 28.5 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีอาชีพประกอบธุรกิจการค้า มีรายได้สูงกว่า 8,500 บาทขึ้นไป ส่วนมากมาจากจังหวัดอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณหาดเมืองพัทยา ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ได้แก่ ความสะอาดของหาดทราย ความสะอาดของน้ำ และอาบนํ้าจืด ปริมาณถังขยะ จำนวนแผ่นป้ายสื่อความหมาย และการปลูกสร้างอาคารเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีความพึงพอใจในเรื่องความกว้างของชายหาดและความเหมาะสมของแสงแดด สิ่งที่ไม่พึงพอใจในเรื่องความขาละเอียดของทราย ความสะอาดของชายหาด ความสะอาดของน้ำทะเลและความตื้นลึกของน้ำทะเล ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ที่อายุมาก ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ที่อยู่อาศัย และประสบการณ์การเที่ยวชายหาดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริเวณหาดเมืองพัทยาแตกต่างกัน

วิภาวดี วงษ์บริสุทธิ์ (2536 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา" กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 20 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดจอมเทียน ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจได้แก่ จำนวนแผ่นป้ายและสัญลักษณ์ การก่อสร้างอาคาร ตึกรามบ้านช่องตลอดแนวชายหาด การสร้างโรงแรมและคอนโดมิเนียมและสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ในปัจจุบัน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ และที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดจอมเทียนต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง จำนวน 480 คน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยทราบเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดระยองแต่ไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละชายหาด ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 185-186)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ P = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการศึกษา ในกรณีไม่ทราบค่า P แต่เนื่องจากค่า Pq จะมีค่าสูงสุดเมื่อ $P = 0.5$

n = จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ ในที่นี้กำหนดไว้ที่ 95 %

ค่า $Z = 1.96$ (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542 : 102)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ในที่นี้

กำหนด

$$e = 0.05$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \approx 384 \text{ คน}$$

และผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 25 % ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$= 384 \times 25 \%$$

$$= 96 \text{ คน}$$

จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 384 คน และได้ทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 96 คน รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 480 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) เพื่อให้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นไปอย่างละเอียด โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling (SRS)) จากข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระยองที่อยู่ติดชายทะเล ซึ่งอยู่ในตัวเมือง และอำเภอต่าง ๆ จากจำนวนทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ หาดแหลมเจริญ หาดแสงจันทร์ หาดแม่รำพึง-บ้านก้นอ่าว เกาะเสม็ด สวนวังแก้ว แหลมแม่พิมพ์ หาดพุน และหาดพลา โดยการจับฉลากมา 4 แห่ง ซึ่งผลที่ได้คือ

ชื่ออำเภอ/กิ่งอำเภอ	ชื่อสถานที่	จำนวน
ตัวเมือง	หาดแม่รำพึง , หาดแสงจันทร์ และหาดแหลมเจริญ	3
อำเภอแกลง	แหลมแม่พิมพ์	1

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างขนาด 480 คน จะได้สัดส่วนจากการคำนวณดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในเขตตัวเมือง	(หาดแม่รำพึง)	$480/4 = 120$ คน
	(หาดแสงจันทร์)	$480/4 = 120$ คน
	(หาดแหลมเจริญ)	$480/4 = 120$ คน
2. กลุ่มตัวอย่างของอำเภอแกลง	(แหลมแม่พิมพ์)	$480/4 = 120$ คน
	รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	$= 480$ คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการแบ่งกลุ่มในขั้นตอนที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 480 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งโครงสร้างออกเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 6 ข้อ คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-dichotomy question) จำนวน 3 ข้อ คำถามปลายเปิด (Open-ended response question) จำนวน 5 ข้อ คำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 1 ข้อ และคำถามแบบ Likert Scale จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 15 ข้อ

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลแบบสอบถาม ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความรู้สึกประทับใจมากที่สุดต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเล
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ความรู้สึกประทับใจมากต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเล
- ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความรู้สึกประทับใจปานกลางต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเล
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความรู้สึกไม่ประทับใจต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเล
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความรู้สึกไม่ประทับใจมากที่สุดต่อการมาท่องเที่ยวชายทะเล

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 1 ข้อและคำถามแบบ Likert Scale จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 2 ข้อ

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลแบบสอบถาม สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ลักษณะคำถามเป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 18 ข้อ

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลแบบสอบถาม ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับดี

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับไม่ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับไม่ดีย่างมาก

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 14 ข้อ

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์ในการประเมินผลแบบสอบถาม ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 3 ข้อ และคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-dichotomy question) จำนวน 1 ข้อ คำถามปลายเปิด (Open-ended response question) จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 5 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดำรง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้
 - 1.1 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 - 1.2 หอสมุด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 1.3 หอสมุดแห่งชาติ
 - 1.4 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - 1.5 ห้องสมุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 1.6 ห้องสมุด สภาวิจัย
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอกรรมการควบคุมปริญญาโท เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและเหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา จากนั้นนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมปริญญาโทเพื่อปรับปรุงอีกครั้ง
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 50 ชุด เพื่อนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9012

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จากสถานที่และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ตามกระบวนการสุ่มตัวอย่าง และจะเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม - 1 มกราคม 2546 ตั้งแต่เวลา 8.00 น. - 19.00 น.

โดยในการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกด้วยตนเอง และมอบของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องคอมพิวเตอร์ และในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม โดยคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์
2. ตรวจสอบและให้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ
3. ลงรหัสข้อมูลแบ่งเป็นกลุ่มตามตัวแปรที่ต้องการศึกษา
4. นำข้อมูลที่ลงรหัสเสร็จแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องคอมพิวเตอร์
5. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้การคำนวณค่าสถิติซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 - 5.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.3 วิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.4 วิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.5 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.6 วิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.7 วิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

5.8 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน การวิเคราะห์ใช้สถิติ t-test และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance : ANOVA โดยหากพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance : ANOVA โดยหากพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

5.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

5.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance : ANOVA โดยหากพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวชายทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC for windows เพื่อหาค่าสถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ร้อยละ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 35)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 65)

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Cocfficient) ของครอนบัค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 174)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test Independent ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 166)

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

เมื่อ	t	=	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	=	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	=	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	=	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการใชสูตรวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-way Analysis of Variance) (ล้วนและอังคณา สายยศ 2536 : 95-97)

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

เมื่อ F = ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

MS_b = ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w = ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

จากสูตรดังกล่าว ก่อนที่จะคำนวณในสูตรได้ ต้องคำนวณหาความแปรปรวนแต่ละอย่างก่อน ดังนี้

1.

$$MS_b = \frac{SS_b}{df_b}$$

เมื่อ MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

SS_b แทน ผลบวกกำลังสอง (Sum of squares) ระหว่างกลุ่มซึ่งคำนวณได้จากสูตร

คือ

$$SS_b = \sum_{j=1}^p \left[\frac{T_j^2}{n_j} \right] - \frac{T^2}{n}$$

เมื่อ T_j = คะแนนรวมของแต่ละกลุ่ม

n_j = จำนวนคนของแต่ละกลุ่ม

T = คะแนนรวมทั้งหมด (Total)

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อ df_b คือ ตัวแปรอิสระหาได้จากสูตร $df_b = p - 1$ เมื่อ p คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.

$$MS_w = \frac{SS_w}{df_w}$$

เมื่อ MS_w = ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

SS_w = ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม ซึ่งคำนวณได้จากสูตร

$$SS_w = SS_T - SS_b$$

เมื่อ SS_T คือ ผลรวมกำลังสองของทั้งหมดโดยคำนวณดังนี้

$$SS_T = \sum_{j=1}^p \sum_{i=1}^n \sum_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$$

เมื่อ $\sum_{j=1}^p \sum_{i=1}^n \sum_{ij}^2$ คือ คะแนนรวมทั้งหมดของแต่ละคนยกกำลังสองของทุกกลุ่ม

T คือ คะแนนรวมทั้งหมด

n คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

สรุปขั้นตอนของการคำนวณค่า F จะต้องหาสิ่งต่อไปนี้

$$1. \text{ หาค่า } SS_T = \sum_{j=1}^p \sum_{i=1}^n \sum_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$$

$$2. \text{ หาค่า } SS_b = \sum_{j=1}^p \left[\frac{T_j^2}{n_j} \right] - \frac{T^2}{n}$$

$$3. \text{ หาค่า } SS_w = SS_T - SS_b$$

$$4. \text{ หาค่า } MS_b = \frac{SS_b}{df_b}$$

$$5. \text{ หาค่า } MS_w = \frac{SS_w}{df_w}$$

$$6. \text{ แทนค่าสูตร } F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

7. นำค่าที่คำนวณได้นี้บรรจุลงในตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังนี้

แหล่งตัวแปร	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	SS_n	$P - 1$	MS_b	MS_b/MS_w
ภายในกลุ่ม	SS_w	$n - p$	MS_w	
รวม	SS_T	$n - 1$		

3.4 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐาน ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 107)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

1. พิสัยของค่า r_{xy} ค่า r_{xy} จะมีค่าระหว่าง -1 ถึง 0 และ ระหว่าง 0 ถึง +1
2. เครื่องหมายหน้าค่า r_{xy} ถ้าเป็นบวก (+) หรือไม่ปรากฏเครื่องหมาย แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก (positive) หรือทิศทางเดียวกัน ตัวแปรหนึ่งมีค่ามาก อีกตัวแปรหนึ่งก็มีค่ามากด้วย แต่ถ้าเป็นลบ (-) แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ (negative) หรือทิศทางตรงกันข้ามกัน ตัวแปรหนึ่งมีค่ามาก อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าน้อย
3. ค่า $r_{xy} = 0$ หรือไม่มีความสำคัญ (not significance) หมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันเป็นเส้นตรง
4. ค่า r_{xy} ที่มีนัยสำคัญ (significance) มีค่าระหว่าง 0.00 - 0.30 แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันน้อย (Low)
 ถ้าค่า r_{xy} มีค่าระหว่าง 0.30 - 0.70 แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันปานกลาง (moderate)
 ถ้าค่า r_{xy} มีค่าระหว่าง 0.70 - 1.00 แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันมาก (high)
 โดยทั่วไปจะไม่สนใจว่า ค่า r_{xy} จะมีเครื่องหมายบวกหรือลบ
5. สัมประสิทธิ์ความผันแปร (Coefficient of Determination = CD) ค่า r_{xy} เมื่อยกกำลังสองและคูณด้วย 100 จะเป็นค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปร ซึ่งประยุกต์มาจากการวิเคราะห์การถดถอยที่คำนวณมาจากอัตราส่วนระหว่างผลรวมของผลต่างกำลังสองที่อธิบายได้ กับผลรวมของผลต่างกำลังสองทั้งหมด ค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรจึงหมายถึงความแปรผันร่วมกันของตัวแปร 2 ตัวนั้นที่บ่งบอกถึงปริมาณความสัมพันธ์ว่า ความแปรปรวนของตัวแปร X อธิบายความแปรปรวนของตัวแปร Y ได้ร้อยละเท่าใด ในทางตรงกันข้าม หากนำค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผันลบออกจาก 1 จะเป็นสัมประสิทธิ์นอกความแปรผัน (Coefficient of Nondetermination = CND) ซึ่งหมายถึง ความแปรปรวนของตัวแปร X อธิบายความแปรปรวนของตัวแปร Y ไม่ได้ร้อยละเท่าใด (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2543 : 348-349)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
LSD	แทน	วิธีผลต่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 8 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 5 การเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

สมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	258	53.8
หญิง	222	46.2
รวม	480	100

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
15 – 25 ปี	174	36.3
26 – 35 ปี	208	43.3
36 – 45 ปี	79	16.5
46 – 55 ปี	18	3.7
56 – 65 ปี	1	0.2
รวม	480	100
3. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	96	20
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	66	13.8
พนักงานบริษัทเอกชน	198	41.3
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	83	17.3
ว่างงาน	10	2.0
เกษียณ	-	-
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	27	5.6
รวม	480	100
4. บุคคลรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	215	44.8
10,001 – 20,000 บาท	120	25.0
20,001 – 30,000 บาท	77	16.0
30,001 – 40,000 บาท	30	6.3
40,001 – 50,000 บาท	16	3.3
50,001 บาทขึ้นไป	22	4.6
รวม	480	100
5. สถานภาพสมรส		
โสด	280	58.3
สมรส/อยู่ร่วมกัน	190	39.6
หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่	10	2.1
รวม	480	100

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 26 – 35 ปี มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 25 ปี, อายุ 36 – 45 ปี, อายุ 46 – 55 ปี และอายุ 56 – 65 ปี มีจำนวน 174, 79, 18 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6, 16.5, 3.7 และ 0.2 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่พบมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ส่วนนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา, ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, แม่บ้าน/พ่อบ้านและว่างงาน มีจำนวน 96, 83, 66, 27 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20, 17.3, 13.8, 5.6 และ 2.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ส่วนรายได้ 10,001 – 20,000 บาท, รายได้ 20,001 – 30,000 บาท, รายได้ 30,001 – 40,000 บาท, รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 120, 77, 30, 22, และ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25, 16, 6.3, 4.6 และ 3.3 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส นักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 ส่วนสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกันและหย่า/ม่าย/แยกกันอยู่ มีจำนวน 190 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 และ 2.1 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน	378	78.8
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	40	8.3
รับประทานอาหาร	35	7.3
เล่นกีฬา	6	1.3
เป็นทางผ่านในการเดินทาง	13	2.7
อื่น ๆ	4	0.8
อื่น ๆ ***	4	0.8
รวม	480	100

*** อื่น ๆ ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ทำงาน เยี่ยมลูกค้า สัมมนา ปฏิบัติราชการรับเสด็จ

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ พักผ่อน จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน, รับประทานอาหาร, เป็นทางผ่านในการเดินทาง, เล่นกีฬา, อันนี้มน และอื่น ๆ จำนวน 40, 35, 13, 6, 4 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3, 7.3, 2.7, 1.3, 0.8 และ 0.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	สิ่งจูงใจที่มีต่อพฤติกรรม		
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน	168	183	109	14	6	4.03	0.90	มาก
2. เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	97	167	175	29	12	3.64	0.95	มาก
3. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	223	206	50	-	1	4.35	0.68	มากที่สุด
4. เพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ	20	102	224	94	40	2.93	0.95	ปานกลาง
5. ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว	47	120	172	89	52	3.04	1.12	ปานกลาง
6. เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว	71	201	163	31	14	3.59	0.92	มาก
7. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	55	150	213	41	21	3.37	0.95	ปานกลาง
8. ความสวยงามของธรรมชาติ	114	203	134	19	10	3.82	0.91	มาก

จากตาราง 4 สิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 สิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากคือเพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ ความสวยงามของธรรมชาติ เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82, 3.64 และ 3.59 ตามลำดับ ส่วนความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว และเพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37, 3.04 และ 2.93 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม โดยแจกแจงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกปัจจัยทางธรรมชาติ

ปัจจัยทางธรรมชาติ	ดีมาก ดี ปานกลาง ไม่ดี ไม่ดี					ระดับความคิดเห็น			
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ความหมาย
1. ความงดงามของชายทะเลจังหวัดระยอง	71	208	174	24	3	3.67	0.81	ดี	งดงาม
2. สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลจังหวัดระยอง	126	209	109	32	4	3.88	0.90	ดี	เย็นสบาย
3. ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง	117	220	122	16	5	3.89	0.85	ดี	สวยงาม
4. ความงดงามของหมู่เกาะปะการังในจังหวัดระยอง	55	156	193	60	16	3.36	0.96	ปานกลาง	ปานกลาง
5. ความหลากหลายของชายทะเลจังหวัดระยอง	72	193	182	30	3	3.63	0.84	ดี	หลากหลาย
6. ความสะอาดของหาดทรายในจังหวัดระยอง	55	211	174	35	5	3.58	0.83	ดี	สะอาด
7. ความสะอาดของน้ำทะเลในจังหวัดระยอง	73	206	166	31	4	3.65	0.84	ดี	สะอาด
8. ความพลุกพล่านบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยอง	58	184	188	41	9	3.50	0.88	ดี	เงียบสงบ
9. ลักษณะของชายทะเลที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำริมหาดในจังหวัดระยอง	124	197	132	24	3	3.86	0.88	ดี	กว้าง

จากตาราง 5 แสดงลักษณะปัจจัยทางธรรมชาติ พบว่า ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยองมีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลเย็นสบาย ลักษณะของชายทะเลที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำริมหาดมีความกว้าง ความงดงามของชายทะเลในจังหวัดระยองมีความงดงาม ความสะอาดของน้ำทะเลในจังหวัดระยองมีความสะอาด ความหลากหลายของชายทะเลมีความหลากหลาย ความสะอาดของหาดทรายในจังหวัดระยองมีความสะอาด ความพลุกพล่านบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีความเงียบสงบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88, 3.86, 3.67, 3.65, 3.63, 3.58 และ 3.50 ตามลำดับ ส่วนความงดงามของหมู่เกาะปะการังในจังหวัดระยองอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตาราง 6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางธรรมชาติที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง

ปัจจัยทางธรรมชาติ	จำนวน	ร้อยละ
หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่ท่านประทับใจ		
เกาะเสม็ด	340	70.8
เกาะมันนอก	52	10.8
เกาะกูด	28	5.8
เกาะทะลุ	27	5.6
เกาะมันใน	26	5.4
เกาะแก้ว	3	0.6
เกาะขาม	1	0.2
เกาะชีปล่า	1	0.2
เกาะเต่า	1	0.2
เกาะมัน	1	0.2
รวม	480	100
ชายทะเลท่านเลือกในการเล่นน้ำ		
แหลมแม่พิมพ์	206	42.9
หาดแม่รำพึง	174	36.3
หาดทรายแก้ว	19	4.0
สวนสน	18	3.8
เกาะเสม็ด	14	2.9
หาดปลา	11	2.3
หาดพยุห์	10	2.1
หาดแหลมเจริญ	9	1.9
สวนวังแก้ว	8	1.7
หาดแสงจันทร์	6	1.3
เขาแหลมหญ้า	2	0.4
หาดทรายขาว	1	0.2
หาดน้ำริน	1	0.2
หาดวงเดือน	1	0.2
รวม	480	100

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางธรรมชาติที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง พบว่า หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจมากที่สุด คือ เกาะเสม็ด จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ เกาะมันนอก เกาะกูด เกาะทะลุ เกาะมันใน เกาะแก้ว เกาะ

ขาม เกาะขี้ปลา เกาะเต่า เกาะมัน จำนวน 52, 28, 27, 26, 3, 1, 1, 1 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8, 5.8, 5.6, 5.4, 0.6, 0.2, 0.2, 0.2 และ 0.2 ตามลำดับ

ส่วนชายทะเลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกในการเล่นน้ำ คือ แหลมแม่พิมพ์ จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ หาดแม่รำพึง หาดทรายแก้ว สวนสน เกาะเสม็ด หาดพลา หาดพูน หาดแหลมเจริญ สวนวังแก้ว หาดแสงจันทร์ เขาแหลมหญ้า หาดทรายขาว หาดน้ำริน และหาดวงเดือน จำนวน 174, 19, 18, 14, 11, 10, 9, 8, 6, 2, 1, 1 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3, 4.0, 3.8, 2.9, 2.3, 2.1, 1.9, 1.7, 1.3, 0.4, 0.2, 0.2 และ 0.2 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีอย่าง มาก	ระดับความคิดเห็น			
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ความหมาย
1. เส้นทางคมนาคมขนส่งในจังหวัดระยอง	191	194	87	7	1	4.18	0.79	ดี	สะดวก
2. การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลในจังหวัดระยอง	119	220	124	15	2	3.91	0.81	ดี	ปลอดภัย
3. ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเล ในจังหวัดระยอง	103	190	139	41	7	3.71	0.95	ดี	สะดวก
4. ทำนุรู้สึกประทับใจกับการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง	70	146	204	41	9	3.43	0.97	ดี	ประทับใจ
5. ราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่น ในจังหวัดระยอง	25	116	225	71	43	3.02	0.98	ปานกลาง	ปานกลาง
6. ความหลากหลายของร้านอาหารในจังหวัดระยอง	58	185	173	40	24	3.44	0.98	ดี	หลากหลาย
7. ความสะอาดของร้านอาหารในจังหวัดระยอง	25	155	244	52	4	3.30	0.76	ปานกลาง	ปานกลาง
8. รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเล ในจังหวัดระยอง	66	175	191	34	14	3.51	0.92	ดี	อร่อย
9. การให้บริการของร้านอาหารในจังหวัดระยอง	33	161	237	38	11	3.35	0.81	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงลักษณะปัจจัยทางวัฒนธรรม พบว่าเส้นทางคมนาคมขนส่งในจังหวัดระยองมีความสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลในจังหวัดระยองมีความปลอดภัย ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีความสะดวก รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีรสชาติอร่อย ความหลากหลายของร้านอาหารในจังหวัดระยองมีความหลากหลาย และนักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจกับการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.71, 3.51, 3.44, และ 3.43 ตามลำดับ ส่วน การให้บริการของร้านอาหารในจังหวัดระยองอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมา คือ ความสะอาดของร้านอาหารในจังหวัดระยอง และ

ราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่น ในจังหวัดระยองอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ 3.02 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่ไม่ใช่บุคคล		
โทรทัศน์	149	31.0
วิทยุ	40	8.3
นิตยสาร	46	9.6
หนังสือพิมพ์	26	5.4
อินเทอร์เน็ต	41	8.5
โบรชัวร์	19	4.0
หนังสือแนะนำ	87	18.1
บริษัททัวร์	10	2.1
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	62	12.9
รวม	480	100
สื่อบุคคล		
บุคคลในครอบครัว	102	21.3
ญาติ	86	17.9
เพื่อน	285	59.4
มัคคุเทศก์/ไกด์	7	1.5
รวม	480	100

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือ หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิตยสาร อินเทอร์เน็ต วิทยุ หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ และ บริษัททัวร์ จำนวน 87, 62, 46, 41, 40, 26, 19 และ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1, 12.9, 9.6, 8.5, 8.3, 5.4, 4.0 และ 2.1 ตามลำดับ

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล คือ เพื่อน มากที่สุด จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัว ญาติ และมัคคุเทศก์/ไกด์ จำนวน 102, 86 และ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3, 17.9 และ 1.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว		
						$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	29	109	300	34	8	3.24	0.74	ปานกลาง
2. ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว	71	224	178	4	3	3.74	0.74	มาก
3. ภาพลักษณ์ในเรื่อง โสเภณี ยาเสพติด	56	92	200	102	30	3.09	1.06	ปานกลาง
4.การประกอบธุรกิจของผู้ ประกอบการ	34	125	254	49	18	3.23	0.86	ปานกลาง
5. ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ	54	155	190	66	15	3.35	0.96	ปานกลาง
6. ความสะอาดของห้องสุขา	31	96	207	110	36	2.95	0.99	ปานกลาง
7. ปริมาณห้องสุขาที่มีให้บริการ	44	108	208	87	33	3.09	1.02	ปานกลาง
8. ปริมาณถังขยะบริเวณชายหาด	34	99	162	125	60	2.84	1.11	ปานกลาง
9. ปริมาณไฟฟ้าที่มีให้บริการ	56	135	200	66	23	3.28	1.00	ปานกลาง
10.เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประจำบริเวณชายหาด	16	69	160	136	99	2.51	1.07	น้อย
11.การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ในเรื่องอาหาร	36	86	242	87	29	3.03	0.95	ปานกลาง
12.การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ เรื่องที่พัก	48	126	224	67	15	3.26	0.93	ปานกลาง
13.การตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร	32	158	225	49	16	3.29	0.86	ปานกลาง
14.การตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก	48	169	213	42	8	3.43	0.85	มาก

จากตาราง 9 แสดงลักษณะปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ส่วนการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา คือ ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร ปริมาณไฟฟ้าที่มีให้บริการ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ภาพลักษณ์ในเรื่องโสเภณี ยาเสพติด ปริมาณห้องสุขาที่มีให้บริการ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องอาหาร ความสะอาดของห้องสุขา และปริมาณถังขยะบริเวณชายหาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35, 3.29, 3.28, 3.26, 3.24, 3.23, 3.09, 3.09, 3.03, 2.95 และ 2.84 ตามลำดับ ส่วนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำบริเวณชายหาดมีอยู่น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเล	จำนวน	ร้อยละ
1. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้		
ท่านเลือกที่จะพักค้างคืนหรือไม่		
ไม่พักค้างคืน	204	42.5
พักค้างคืน 1 วัน	109	22.7
พักค้างคืน 2 วัน	126	26.3
พักค้างคืน 3 วัน	37	7.7
พักค้างคืน 4 วัน	3	0.6
พักค้างคืน 5 วัน	1	0.2
รวม	480	100
2. ท่านร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองครั้งนี้		
กับบุคคลใด		
คนเดียว	5	1.0
ครอบครัว/ญาติ	247	51.5
เพื่อน	168	35.0
บริษัท/ญาติ	14	2.9
คู่รัก/คู่สมรส	46	9.6
รวม	480	100

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	จำนวน	ร้อยละ
3. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล		
จังหวัดในครั้งนี้		
รถยนต์ส่วนตัว	414	86.3
รถโดยสารประจำทาง	14	2.9
รถเช่าแบบมีคนขับ	35	7.3
รถเช่าแบบขับเอง	3	0.6
รถบริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	14	2.9
รวม	480	100
4. ท่านมีการวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล		
จังหวัดระยอง		
มี	329	68.5
ไม่มี	151	31.5
รวม	480	100
5. ในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ท่านเลือก		
พักแรมกับสถานที่ประเภทใด		
บ้านพัก/คอนโดส่วนตัว	97	20.2
บ้านญาติ/เพื่อน	165	34.4
เกสต์เฮาส์/บังกะโล	94	19.6
โรงแรม/รีสอร์ท	112	23.3
บ้านพักรับรองของทางราชการ/เอกชน	12	2.5
รวม	480	100
6. ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด		
ระยอง		
วันหยุดสุดสัปดาห์	287	59.8
วันธรรมดา	23	4.8
วันนักขัตฤกษ์	170	35.4
รวม	480	100

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	จำนวน	ร้อยละ
7. โดยปกติท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง		
ในเดือนใด		
มกราคม	26	5.4
มีนาคม	17	3.5
เมษายน	123	25.6
พฤษภาคม	17	3.5
มิถุนายน	7	1.5
กรกฎาคม	5	1.0
สิงหาคม	16	3.3
ตุลาคม	16	3.3
พฤศจิกายน	16	3.3
ธันวาคม	237	49.4
รวม	480	100
8. กิจกรรมที่ท่านชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้		
พักผ่อน	224	46.7
เล่นน้ำทะเล	120	25.0
ปิกนิก/รับประทานอาหาร	86	17.9
เล่นเรือใบ/สกีตเตอร์/บานาน่าโบ๊ท	24	5.0
สถานบันเทิง	5	1.0
หาซื้อของที่ระลึก	9	1.1
ดำน้ำ/ดูปะการัง	4	0.8
อื่น ๆ ***	8	1.7
รวม	480	100
9. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองหรือไม่		
แนะนำ	455	94.8
ไม่แนะนำ	25	5.2
รวม	480	100

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล	จำนวน	ร้อยละ
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ในครั้งนี้		
ไม่ประทับใจอย่างยิ่ง	9	1.9
ไม่ประทับใจ	7	1.5
เฉย ๆ	136	28.3
ประทับใจ	177	36.9
ประทับใจอย่างยิ่ง	151	31.5
รวม	480	100

*** อื่น ๆ ของกิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวชายทะเล คือ ตกปลา สัมมนา ประชุม
ระลึกความหลัง

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนัก
ท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลท่านเลือกพักค้างคืนหรือไม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ พักค้างคืน 2 วัน, พักค้างคืน 1 วัน, พัก
ค้างคืน 3 วัน, พักค้างคืน 4 วัน และพักค้างคืน 5 วัน จำนวน 126, 109, 37, 3 และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ
26.3, 22.7, 7.7, 0.6 และ 0.2 ตามลำดับ

ท่านร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลกับบุคคลใด นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมา
ท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ เพื่อน, คู่รัก/คู่สมรส,
บริษัทนำเที่ยว และคนเดียว จำนวน 168, 46, 14 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0, 9.6, 2.9 และ 1.0 ตาม
ลำดับ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวชายทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางโดยใช้รถยนต์
ส่วนตัว จำนวน 414 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมา คือ รถเช่าแบบมีคนขับ, รถโดยสารประจำทาง, รถ
บริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา) และ รถเช่าแบบขับเอง จำนวน 35, 14, 14 และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3, 2.9,
2.9 และ 0.6 ตามลำดับ

การวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการวางแผนการ
เดินทางล่วงหน้า จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ ไม่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า
จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

การเลือกพักแรม นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกพักแรมบ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา คือ โรงแรม/รีสอร์ท, บ้านพัก/คอนโดส่วนตัว, เกสต์เฮาส์/บังกะโล และบ้านพักรับรองของทางราชการ/เอกชน จำนวน 112, 97, 94 และ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3, 20.2, 19.6 และ 2.5 ตามลำดับ

ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมา คือ วันนักชดถุภษ และวันธรรมดา จำนวน 170 และ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 และ 4.8 ตามลำดับ

โดยปกติเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลเดือนใด นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในเดือนธันวาคม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมา คือ เดือนเมษายน, เดือนมกราคม, เดือนมีนาคม, เดือนพฤษภาคม, เดือนสิงหาคม, เดือนตุลาคม, เดือนพฤศจิกายน, เดือนมิถุนายน และเดือนกรกฎาคม จำนวน 123, 26, 17, 17, 16, 16, 16, 7 และ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6, 5.4, 3.5, 3.5, 3.3, 3.3, 3.3, 1.5 และ 1.0 ตามลำดับ

กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยวชายทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมคือ พักผ่อน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา คือ เล่นน้ำทะเล, ปิกนิก/รับประทานอาหาร, เล่นเรือใบ/สกีตเตอร์/บานาน่าโบ๊ท, หาซื้อของที่ระลึก, อื่น ๆ, สถาบันเทิง และ ดำน้ำ/ดูปะการัง จำนวน 120, 86, 24, 9, 8, 5 และ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0, 17.9, 5.0, 1.9, 1.7, 1.0 และ 0.8 ตามลำดับ

ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองหรือไม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเล จำนวน 455 คน คิดเป็นร้อยละ 94.8 รองลงมา คือ ไม่แนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเล จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จำนวน 177 คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมา คือ ประทับใจอย่างยิ่ง เคย ๆ ไม่ประทับใจอย่างยิ่ง และไม่ประทับใจ จำนวน 151, 136, 9 และ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5, 28.3, 1.9 และ 1.5 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	$\bar{x}$	S.D.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	6.88	10.58
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	8.38	6.69
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	1287.13	1161.31
4. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง	20.09	14.36
5. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก	13.29	16.27
6. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม	46.79	22.19
7. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	9.64	10.40
8. ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง	7.51	10.66
9. ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ***	2.34	7.03

*** อื่น ๆ ของค่าใช้จ่าย คือ สํารองใช้จ่ายกรณีฉุกเฉิน เบ็ดเตล็ด เล่นอินเทอร์เน็ต ค่าแก้อีเอ็ม

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.88 จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.38 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1287.13 ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20.09 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.29 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 46.79 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.64 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.51 เปอร์เซ็นต์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

เพศ – สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 12

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{x}$	S.D.	t	df	p
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ชาย	7.86	11.65	2.194*	478	0.029
	หญิง	5.74	9.09			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ชาย	8.50	7.03	-0.398	478	0.691
	หญิง	8.25	6.30			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ชาย	1266.87	1123.29	-0.327	478	0.744
	หญิง	1301.67	1208.39			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	19.81	14.32	-0.452	478	0.651
	หญิง	20.41	14.44			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	14.75	16.65	2.122*	478	0.034
	หญิง	11.60	15.68			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	46.22	22.96	-0.607	478	0.544
	หญิง	47.45	21.30			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	8.97	9.66	-1.530	478	0.127
	หญิง	10.42	11.17			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	7.58	10.95	0.148	478	0.882
	หญิง	7.43	10.34			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ชาย	2.50	7.21	0.553	478	0.581
	หญิง	2.14	6.82			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ชาย	3.97	.93	0.703	478	0.482
	หญิง	3.91	.88			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล ข้อที่ 1 และ 5 ที่มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.029 และ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า

0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานของ (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาและเลือกใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักแตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาและเลือกใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง

อาชีพ – สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5	939.668	187.934	1.690	0.135
	ภายในกลุ่ม	474	52718.080	111.220		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	1153.008	230.602	5.381*	0.000
	ภายในกลุ่ม	474	20314.459	42.858		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	21035843.720	4207168.744	3.185*	0.008
	ภายในกลุ่ม	474	626093627.605	1320872.632		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	432.302	86.460	0.416	0.837
	ภายในกลุ่ม	474	98397.195	207.589		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	6371.792	1274.358	5.016*	0.000
	ภายในกลุ่ม	474	120427.375	254.066		
	รวม	479	126799.167			
6.ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	4495.435	899.087	1.842	0.103
	ภายในกลุ่ม	474	231363.732	488.109		
	รวม	479	235859.167			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	310.198	62.040	0.571	0.722
	ภายในกลุ่ม	474	51502.168	108.654		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	2187.500	437.500	3.968*	0.002
	ภายในกลุ่ม	474	52262.448	110.258		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	126.591	25.318	0.510	0.769
	ภายในกลุ่ม	474	23536.406	49.655		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	6.639	1.328	1.622	0.153
	ภายในกลุ่ม	474	387.953	0.818		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 2, 3, 5 และ 8 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ จำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบ้านพัก ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.008, 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	ข้าราชการ /รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ	ว่างงาน	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	
	$\bar{x}$	11.20	7.61	7.67	6.88	10.00	9.56
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	11.20	3.59*	3.53*	4.32*	1.20	1.64	
		(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.582)	(0.250)	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7.61		0.006	0.73	-2.39	-1.95	
			(0.948)	(0.501)	(0.282)	(0.193)	
พนักงานบริษัทเอกชน	7.67			0.79	-2.33	-1.89	
				(0.358)	(0.272)	(0.160)	
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	6.88				-3.12	-2.68	
					(0.155)	(0.066)	
ว่างงาน	10.00					0.44	
						(0.855)	
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9.56						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.049 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ

นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้นี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้นี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	รับราชการ /รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ	ว่างงาน	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	
	$\bar{x}$	932.10	1171.97	1446.16	1451.81	1145.00	1137.04
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	932.10	-239.87 (0.192)	-514.06* (0.000)	-519.70* (0.003)	-212.90 (0.577)	-204.93 (0.413)	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1171.97		-274.19 (0.094)	-279.84 (0.141)	26.97 (0.945)	34.93 (0.894)	
พนักงานบริษัทเอกชน	1446.16			-5.65 (0.970)	301.16 (0.419)	309.12 (0.190)	
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	1451.81				306.21 (0.426)	314 (0.271)	
ว่างงาน	1145.00					7.96 (0.985)	
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	1137.04						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.005 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.047 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	ว่างงาน	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
$\bar{x}$	10.10	8.79	14.49	17.77	25.50	8.52
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	10.10	1.32 (0.606)	-4.39* (0.027)	-7.67* (0.001)	-15.40* (0.004)	1.59 (0.648)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8.79		-5.71* (0.012)	-8.98* (0.001)	-16.71* (0.002)	0.27 (0.941)
พนักงานบริษัทเอกชน	14.49			-3.28 (0.117)	-11.01* (0.034)	5.98 (0.068)
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	17.77				-7.73 (0.148)	9.25* (0.009)
ว่างงาน	25.50					16.98* (0.004)
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	8.52					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงาน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพว่างงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงาน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.016 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงาน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการกับอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.041 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงานกับอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงาน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.046 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพว่างงานจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/นัก ศึกษา	ข้าราชการ /รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ	ว่างงาน	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	
	$\bar{x}$	11.72	6.74	6.62	6.20	7.00	5.19
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	11.72	4.98*	5.10*	5.51*	4.72	6.53	
		(0.003)	(0.000)	(0.001)	(0.177)	(0.004)	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6.74		0.31	0.54	-2.26	1.56	
			(0.933)	(0.756)	(0.942)	(0.517)	
พนักงานบริษัทเอกชน	6.62			0.41	-0.38	1.43	
				(0.765)	(0.910)	(0.507)	
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	6.20				-0.80	1.02	
					(0.821)	(0.661)	
ว่างงาน	7.00					1.81	
						(0.641)	
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5.19						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.047 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษากับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการด้านพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.049 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5	998.153	199.631	1.797	0.112
	ภายในกลุ่ม	474	52659.594	111.096		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	752.933	150.587	3.446*	0.005
	ภายในกลุ่ม	474	20714.534	43.702		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	25247614.979	5049522.996	3.849*	0.002
	ภายในกลุ่ม	474	621881856.346	1311987.039		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	710.240	142.048	0.686	0.634
	ภายในกลุ่ม	474	98119.258	207.003		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	4354.327	870.865	3.371*	0.005
	ภายในกลุ่ม	474	122444.840	258.322		
	รวม	479	126799.167			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	1814.777	362.955	0.735	0.597
	ภายในกลุ่ม	474	234044.390	493.765		
	รวม	479	235859.167			

ตาราง 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและ ของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	345.792	69.158	0.637	0.672
	ภายในกลุ่ม	474	51466.575	108.579		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง จำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	745.698	149.140	1.316	0.256
	ภายในกลุ่ม	474	53704.250	113.300		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่ เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	5	98.200	19.640	0.395	0.852
	ภายในกลุ่ม	474	23564.798	49.715		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยว ชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	5	10.868	2.174	2.685*	0.021
	ภายในกลุ่ม	474	383.724	0.810		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance : ANOVA พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 2, 3, 5 และ 10 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบระหว่างรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล จำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักและความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.005, 0.002, 0.005 และ 0.021 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล
แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชาย
ทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล	$\leq 10,000$ บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
$\bar{x}$	9.64	8.07	7.05	6.80	7.00	5.68
$\leq 10,000$ บาท	9.64	1.57* (0.038)	2.59* (0.003)	2.84* (0.028)	2.64 (0.124)	3.96* (0.008)
10,001 - 20,000 บาท	8.07		1.01 (0.294)	1.27 (0.348)	1.07 (0.545)	2.38 (0.120)
20,001 - 30,000 บาท	7.05			0.25 (0.860)	0.005 (0.977)	1.37 (0.392)
30,001 - 40,000 บาท	6.80				-0.2 (0.922)	1.12 (0.547)
40,001 - 50,000 บาท	7.00					1.32 (0.544)
50,001 บาทขึ้นไป	5.68					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.012 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.047 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.022 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.042 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทะเล

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล		$\leq 10,000$ บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
$\bar{x}$		1068.99	1353.25	1516.88	1688.33	1868.75	1193.18
$\leq 10,000$ บาท	1068.99		-284.26* (0.030)	-447.90* (0.003)	-619.35* (0.006)	-799.76* (0.007)	-124.20 (0.628)
10,001-20,000 บาท	1353.25			-163.63 (0.328)	-335.08 (0.152)	-515.50 (0.091)	160.07 (0.547)
20,001-30,000 บาท	1516.88				-171.45 (0.487)	-351.87 (0.264)	323.70 (0.243)
30,001-40,000 บาท	1688.33					-180.42 (0.611)	495.15 (0.124)
40,001-50,000 บาท	1868.75						675.57 (0.073)
50,001 บาทขึ้นไป	1193.18						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.044 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 40,001 ~ 50,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.043 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล
แตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล	$\leq 10,000$ บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
$\bar{x}$	10.35	15.25	15.13	18.50	20.94	12.27
$\leq 10,000$ บาท	10.35	-4.90* (0.008)	-4.78* (0.026)	-8.15* (0.010)	-10.59* (0.011)	-1.92 (0.593)
10,001 – 20,000 บาท	15.25		0.12 (0.959)	-3.25 (0.322)	-5.69 (0.184)	2.98 (0.475)
20,001 – 30,000 บาท	15.13			-3.37 (0.330)	-5.81 (0.189)	2.86 (0.462)
30,001 – 40,000 บาท	18.50				-2.44 (0.624)	6.23 (0.168)
40,001 – 50,000 บาท	20.94					8.66 (0.102)
50,001 บาทขึ้นไป	12.27					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.042 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.024 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือ

เท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.04 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 40,001 – 50,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.039 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล แตกต่างกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวทะเล จังหวัดระยองในครั้งนี้

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล	$\bar{x}$	$\leq 10,000$ บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		4.08	3.79	3.79	3.80	3.94	4.23
$\leq 10,000$ บาท	4.08		0.29* (0.005)	0.29* (0.017)	0.28 (0.112)	0.14 (0.544)	-0.15 (0.462)
10,001 - 20,000 บาท	3.79			-0.005 (0.997)	-0.008 (0.964)	-0.15 (0.543)	-0.44* (0.037)
20,001 - 30,000 บาท	3.79				-0.007 (0.968)	-0.15 (0.557)	-0.44* (0.046)
30,001 - 40,000 บาท	3.80					-0.14 (0.622)	-0.43 (0.091)
40,001 - 50,000 บาท	3.94						-0.29 (0.327)
50,001 บาทขึ้นไป	4.23						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.045 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.033 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.013 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.004 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

สถานการณ์การสมรส สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 23

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพการสมรส

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	119.664	59.832	0.533	0.587
	ภายในกลุ่ม	477	53538.084	112.239		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	2	159.030	79.515	1.780	0.170
	ภายในกลุ่ม	477	21308.436	44.672		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	2	3231157.475	1615578.737	1.197	0.303
	ภายในกลุ่ม	477	643898313.850	1349891.643		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	159.826	79.913	0.386	0.680
	ภายในกลุ่ม	477	98669.671	206.855		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	1145.332	572.666	2.174	0.115
	ภายในกลุ่ม	477	125653.835	263.425		
	รวม	479	126799.167			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	208.260	104.130	0.211	0.810
	ภายในกลุ่ม	477	235650.907	494.027		
	รวม	479	235859.167			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	919.316	459.658	4.308*	0.014
	ภายในกลุ่ม	477	50893.050	106.694		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	1477.669	738.834	6.653*	0.001
	ภายในกลุ่ม	477	52972.279	111.053		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	2	64.653	32.326	0.653	0.521
	ภายในกลุ่ม	477	23598.345	49.472		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	2	2.050	1.025	1.246	0.289
	ภายในกลุ่ม	477	392.542	0.823		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance : ANOVA พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 7 และ 8 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.014 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก

สถานภาพการสมรส	$\bar{x}$	โสด	สมรส/อยู่ร่วมกัน	หย่า/ม่าย/อยู่ร่วมกัน
		8.62	11.31	6.50
โสด	8.62		-2.69*	2.12
			(0.006)	(0.524)
สมรส/อยู่ร่วมกัน	11.31			4.81
				(0.152)
หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่	6.50			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง

สถานภาพการสมรส	$\bar{x}$	โสด	สมรส/อยู่ร่วมกัน	หย่า/ม่าย/อยู่ร่วมกัน
		8.98	5.53	4.00
โสด	8.98		3.46* (0.001)	4.98 (0.142)
สมรส/อยู่ร่วมกัน	5.53			1.53 (0.655)
หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่	4.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.049 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตัวแปร	จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง		
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
อายุ	-0.068	0.135	ไม่มีความสัมพันธ์

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตัวแปร	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง			
	Pearson Correlation	r^2	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
อายุ	0.147**	0.021	0.001	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นอายุกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.147 แสดงว่า ตัวแปรที่เป็นอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันน้อย เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.021 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นอายุสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่เป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองได้ร้อยละ 2.1

สมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลไม่แตกต่างกัน

H_1 : วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไป

เปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 28

ตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	6	1905.345	317.557	2.902*	0.009
	ภายในกลุ่ม	473	51752.403	109.413		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	6	754.024	125.671	2.870*	0.009
	ภายในกลุ่ม	473	20713.443	43.792		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	6	21249496.795	3541582.799	2.677*	0.015
	ภายในกลุ่ม	473	625879974.530	1323213.477		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	1651.945	275.324	1.340	0.238
	ภายในกลุ่ม	473	97177.552	205.449		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	1895.927	315.988	1.197	0.307
	ภายในกลุ่ม	473	124903.239	264.066		
	รวม	479	235859.167			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	4207.314	701.219	1.432	0.201
	ภายในกลุ่ม	473	231651.853	489.750		
	รวม	479	235859.167			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	1852.305	308.718	2.923*	0.008
	ภายในกลุ่ม	473	49960.061	105.624		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	1870.173	311.695	2.804*	0.011
	ภายในกลุ่ม	473	52579.775	111.162		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	6	255.904	42.651	0.862	0.523
	ภายในกลุ่ม	473	23407.094	49.486		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	6	10.123	1.687	2.076	0.055
	ภายในกลุ่ม	473	384.468	0.813		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance : ANOVA พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 1, 2, 3, 7 และ 8 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบ้านพัก ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.009, 0.009, 0.015, 0.008 และ 0.011 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

วัตถุประสงค์หลักใน การเดินทาง ท่องเที่ยว		พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	รับประทานอาหาร	เล่นกีฬา	เป็นทางผ่านใน การเดินทาง	อันนึ่ง	อื่น ๆ
	$\bar{x}$	6.56	7.48	7.43	23.83	5.92	2.00	8.50
พักผ่อน	6.56		-0.91 (0.599)	-0.87 (0.639)	-17.27* (0.000)	0.64 (0.829)	4.56 (0.386)	-1.94 (0.712)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	7.48			0.04 (0.985)	-16.36* (0.000)	1.55 (0.642)	5.48 (0.319)	-1.03 (0.852)
รับประทานอาหาร	7.43				-16.40* (0.000)	1.51 (0.658)	5.43 (0.326)	-1.07 (0.846)
เล่นกีฬา	23.83					17.91* (0.001)	21.83* (0.001)	15.33* (0.024)
เป็นทางผ่านในการ เดินทาง	5.92						3.92 (0.512)	-2.58 (0.667)
อันนึ่ง	2.00							-6.50 (0.380)
อื่น ๆ	8.50							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนจะมีท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหารกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหาร

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬากับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวยชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวยชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.026 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวยชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มากกว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองใน
ครั้งนี้

วัตถุประสงค์หลักใน การเดินทาง ท่องเที่ยว	$\bar{x}$	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	รับประทานอาหาร	เล่นกีฬา	เป็นทางผ่านใน การเดินทาง	อันนึ่งนุ	อื่น ๆ
พักผ่อน	8.34	8.34	0.54 (0.626)	-0.24 (0.840)	-3.83 (0.160)	1.11 (0.554)	4.84 (0.147)	-11.66* (0.000)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	7.80		7.80	-0.77 (0.615)	-4.37 (0.132)	0.57 (0.788)	4.30 (0.216)	-12.20* (0.000)
รับประทานอาหาร	8.57			8.57	-3.60 (0.219)	1.34 (0.533)	5.07 (0.147)	-11.43* (0.001)
เล่นกีฬา	12.17				12.17	4.94 (0.131)	8.67* (0.043)	-7.83 (0.067)
เป็นทางผ่านในการ เดินทาง	7.23					7.23	3.37 (0.325)	-12.77* (0.001)
อันนึ่งนุ	3.50						3.50	-16.50* (0.000)
อื่น ๆ	20.00							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีย่านคนที่ย่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีย่านคนที่ย่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อฮันนีมูนกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อฮันนีมูน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวยชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวยชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อฮันนีมูนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวยชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักใน การเดินทาง ท่องเที่ยว	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	รับประทานอาหาร	เล่นกีฬา	เป็นทางผ่านใน การเดินทาง	อันนึ่งน	อื่น ๆ
$\bar{x}$	1348.47	1012.75	1112.86	733.33	461.54	1625.00	2375.00
พักผ่อน	1348.47	329.72 (0.085)	235.61 (0.247)	615.14 (0.194)	886.93* (0.007)	-276.53 (0.633)	-1026.53 (0.076)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	1012.75		-94.11 (0.724)	285.42 (0.571)	557.21 (0.130)	-606.26 (0.315)	-1356.25* (0.025)
รับประทานอาหาร	1112.86			379.52 (0.456)	651.58 (0.082)	-512.14 (0.399)	-1262.14* (0.038)
เล่นกีฬา	733.33				271.79 (0.632)	-891.67 (0.230)	-1641.67* (0.028)
เป็นทางผ่านในการ เดินทาง	461.54					-1163.46 (0.078)	-1913.46* (0.004)
อันนึ่งน	1625.00						-750.00 (0.357)
อื่น ๆ	2375.00						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนกับเป็นทางผ่านในการเดินทาง พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.043 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.025 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหารกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหาร แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล

โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.012 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหารจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเล่นกีฬากับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา แตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.022 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทางกับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.046 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทางจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก

วัตถุประสงค์หลักใน		พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	รับประทานอาหาร	เล่นกีฬา	เป็นทางผ่านใน การเดินทาง	ช้อปปิ้ง	อื่น ๆ
การเดินทาง ท่องเที่ยว	$\bar{x}$	8.90	15.75	11.29	10.00	8.85	6.20	10.00
พักผ่อน	8.90		-6.85* (0.000)	-2.39 (0.189)	-1.10 (0.794)	0.05 (0.986)	2.65 (0.609)	-1.10 (0.831)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	15.75			4.46 (0.061)	5.75 (0.202)	6.90* (0.036)	9.50 (0.079)	5.75 (0.287)
รับประทานอาหาร	11.29				1.29 (0.777)	2.44 (0.465)	5.04 (0.354)	1.29 (0.813)
เล่นกีฬา	10.00					1.15 (0.820)	3.75 (0.572)	0.00 (1.000)
เป็นทางผ่านในการ เดินทาง	8.85						2.60 (0.659)	-1.15 (0.844)
ช้อปปิ้ง	6.20							-3.75 (0.606)
อื่น ๆ	10.00							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนกับเยี่ยมญาติ/เพื่อน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับเป็นทางผ่านในการเดินทาง พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.014 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง

วัตถุประสงค์หลักใน การเดินทาง ท่องเที่ยว	$\bar{x}$	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	รับประทานอาหาร	เล่นกีฬา	เป็นทางผ่านใน การเดินทาง	อันนึ่ง	อื่น ๆ
พักผ่อน	7.45		-1.05 (0.548)	2.45 (0.190)	-15.89* (0.000)	2.45 (0.411)	-2.55 (0.630)	-0.05 (0.992)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	8.50			3.50 (0.152)	-14.83* (0.001)	3.50 (0.299)	-1.50 (0.786)	1.00 (0.857)
รับประทานอาหาร	5.00				-18.33* (0.000)	0.00 (1.000)	-5.00 (0.369)	-2.50 (0.653)
เล่นกีฬา	23.33					12.33* (0.000)	13.33 (0.051)	15.83* (0.020)
เป็นทางผ่านในการ เดินทาง	5.00						-5.00 (0.407)	-2.50 (0.679)
อันนึ่ง	10.00							2.50 (0.738)
อื่น ๆ	7.50							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.049 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหารกับเล่นกีฬา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหาร แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหารจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬากับเป็นทางผ่านในการเดินทาง พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬากับอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.03 กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเล่นกีฬาจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	Pearson Correlation	r^2	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	0.034	-	0.451	ไม่มีความสัมพันธ์
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.171	0.001	0.000**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.068	-	0.135	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง	-0.034	-	0.453	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก	0.035	-	0.442	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 34 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	Pearson Correlation	r ²	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม	-0.133	0.017	0.003**	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางตรงกันข้าม
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	0.094	0.008	0.040*	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางเดียวกัน
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง	0.200	0.04	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางเดียวกัน
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ	0.004	-	0.926	ไม่มีความสัมพันธ์
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด ระยองในครั้งนี้	0.227	0.051	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางเดียวกัน

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.451 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.034 แสดงว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันปานกลาง เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.001 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของ จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ได้ร้อยละ 0.1

3. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ

9. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.926 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.227 แสดงว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มีความสัมพันธ์กันซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันน้อย เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.051 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลได้ร้อยละ 5.1

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5.1 ปัจจัยทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	Pearson Correlation	r^2	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	-0.039	-	0.397	ไม่มีความสัมพันธ์
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.077	-	0.091	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	-0.009	-	0.852	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง	0.068	-	0.134	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก	-0.047	-	0.307	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม	-0.029	-	0.529	ไม่มีความสัมพันธ์
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	0.051	-	0.267	ไม่มีความสัมพันธ์
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง	0.008	-	0.858	ไม่มีความสัมพันธ์
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ	-0.058	-	0.203	ไม่มีความสัมพันธ์
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.382	0.145	0.000**	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.397 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ปัจจัยทางธรรมชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ

สมมติฐานข้อที่ 5.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยทางวัฒนธรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	Pearson Correlation	r^2	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	0.076	-	0.096	ไม่มีความสัมพันธ์
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.047	-	0.305	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.038	-	0.410	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง	0.005	-	0.920	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก	-0.006	-	0.889	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม	-0.003	-	0.956	ไม่มีความสัมพันธ์
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	0.035	-	0.450	ไม่มีความสัมพันธ์
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง	-0.001	-	0.981	ไม่มีความสัมพันธ์
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ	-0.035	-	0.447	ไม่มีความสัมพันธ์
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.242	0.058	0.000**	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.305 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.242 แสดงว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีความสัมพันธ์กันซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันน้อย เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.058 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลได้ร้อยละ 5.8

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 37

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล
จังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	8	1525.720	190.715	1.723	0.091
	ภายในกลุ่ม	471	52132.028	110.684		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ระหว่างกลุ่ม	8	4308.037	538.505	14.78*	0.000
	ภายในกลุ่ม	471	17159.430	36.432		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ระหว่างกลุ่ม	8	29479776.344	3684972.043	2.810*	0.005
	ภายในกลุ่ม	471	617649694.981	1311358.163		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	3513.840	439.230	2.170*	0.028
	ภายในกลุ่ม	471	95315.658	202.369		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	5740.553	717.569	2.792*	0.005
	ภายในกลุ่ม	471	121058.614	257.025		
	รวม	479	126799.167			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	11204.668	1400.583	2.936*	0.003
	ภายในกลุ่ม	471	224654.499	476.973		
	รวม	479	235859.167			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	777.466	97.177	0.897	0.519
	ภายในกลุ่ม	471	51034.951	108.354		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	1869.232	233.654	2.093*	0.035
	ภายในกลุ่ม	471	52580.716	111.636		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	8	284.421	35.554	0.716	0.677
	ภายในกลุ่ม	471	23378.567	49.636		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี	ระหว่างกลุ่ม	8	8.453	1.057	1.289	0.247
	ภายในกลุ่ม	471	386.138	0.820		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance : ANOVA พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 2, 3, 4, 5, 6 และ 8 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.005, 0.028, 0.005, 0.003 และ 0.035 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

การเปิดรับ สื่อที่ไม่ใช่ บุคคล	$\bar{x}$	โทรทัศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือ นำเที่ยว	บริษัท ทัวร์	ททท.
บุคคล	$\bar{x}$	7.45	7.43	6.57	8.00	8.56	6.92	8.63	28.40	7.87
โทรทัศน์	8.21		0.78 (0.467)	1.64 (0.107)	0.21 (0.871)	-0.35 (0.740)	1.89 (0.199)	-0.42 (0.603)	-20.19* (0.000)	0.34 (0.712)
วิทยุ	7.43			0.86 (0.510)	-0.58 (0.705)	-1.14 (0.398)	1.11 (0.510)	-1.21 (0.296)	-20.98* (0.000)	-0.45 (0.716)
นิตยสาร	6.57				-1.43 (0.333)	-2.00 (0.124)	0.25 (0.880)	-2.07 (0.061)	-21.83* (0.000)	-1.31 (0.267)
หนังสือ พิมพ์	8.00					-0.56 (0.711)	1.68 (0.356)	-0.63 (0.640)	-20.40* (0.000)	0.13 (0.927)
อินเทอร์เน็ต เน็ต	8.56						2.25 (0.181)	0.07 (0.950)	-19.84* (0.000)	0.69 (0.570)
โบรชัวร์	6.92							-2.32 (0.130)	-22.08* (0.000)	-1.56 (0.326)
หนังสือนำ เที่ยว	8.63								-19.77* (0.000)	0.76 (0.448)
บริษัททัวร์	28.40									20.53* (0.000)
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	7.87									

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์กับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ วิทยุกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ หนังสือแนะนำเกี่ยวกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากหนังสือแนะนำเที่ยว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ หนังสือแนะนำเที่ยวจะมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวชายทะเล

ชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้ง นี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดย มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้ง นี้ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

การเปิดรับ สื่อที่ไม่ใช่ บุคคล	โททศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือ นำเที่ยว	บริษัท ทัวร์	ททท.
$\bar{x}$	1159.68	792.00	1409.78	1128.85	1245.12	971.05	1448.85	1755.00	1678.23
โททศน์	1159.68	367.68 (0.072)	-250.10 (0.196)	30.83 (0.899)	-85.44 (0.672)	188.63 (0.499)	-282.17 (0.062)	-595.32 (0.112)	-518.55 (0.003)
วิทยุ	792.00		-617.78* (0.013)	-336.85 (0.244)	-453.12 (0.076)	-179.05 (0.575)	-656.85* (0.003)	-963.00* (0.018)	-886.23 (0.000)
นิตยสาร	1409.78			280.94 (0.318)	164.66 (0.504)	438.73 (0.161)	-39.07 (0.852)	-345.22 (0.388)	-268.44 (0.229)
หนังสือ พิมพ์	1128.85				-116.28 (0.686)	157.79 (0.648)	-320.00 (0.212)	-626.15 (0.142)	-549.38 (0.041)
อินเทอร์เน็ต	1245.12					274.07 (0.389)	-203.73 (0.348)	-509.88 (0.207)	-433.10 (0.061)
โบรชัวร์	971.05						-477.80 (0.100)	-783.95 (0.080)	-707.17 (0.019)
หนังสือนำ เที่ยว	1448.85							-306.15 (0.424)	-229.38 (0.229)
บริษัททัวร์	1755.00								76.77 (0.844)
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	1678.23								

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ วิทยุกับนิตยสาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากนิตยสาร ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัด

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โบรชัวร์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เปิดรับสื่อโบรชัวร์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.031 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โบรชัวร์ จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง

การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล	โทรทัศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือนำเที่ยว	บริษัททัวร์	ททท.
$\bar{x}$	18.93	19.88	22.83	15.96	17.07	17.89	21.61	33.50	21.06
โทรทัศน์	18.93	-0.95 (0.708)	-3.90 (0.105)	2.96 (0.327)	1.85 (0.461)	1.03 (0.766)	-2.68 (0.163)	-14.57* (0.002)	-2.14 (0.320)
วิทยุ	19.88		-2.95 (0.338)	3.91 (0.275)	2.80 (0.376)	1.98 (0.618)	-1.73 (0.524)	-13.63* (0.007)	-1.19 (0.680)
นิตยสาร	22.83			6.86* (0.050)	5.75 (0.60)	4.93 (0.204)	1.22 (0.639)	-10.67* (0.032)	1.76 (0.525)
หนังสือพิมพ์	15.96				-1.11 (0.755)	-1.93 (0.653)	-5.65 (0.076)	-17.54* (0.001)	-5.10 (0.125)
อินเทอร์เน็ต	17.07					-0.82 (0.835)	-4.54 (0.093)	-16.43* (0.001)	-3.99 (0.164)
โบรชัวร์	17.89						-3.71 (0.303)	-15.61* (0.005)	-3.17 (0.396)
หนังสือนำเที่ยว	21.61							-11.89* (0.013)	0.54 (0.818)
บริษัททัวร์	33.50								12.44* (0.011)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	21.06								

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์กับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.048 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ วิทยุกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.043 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ หนังสือแนะนำเกี่ยวกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากหนังสือแนะนำเที่ยวแตกต่างกันรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.037 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาว

ไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ หนังสือนำเที่ยว จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.039 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมี ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก

การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล		โทรทัศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือนำเที่ยว	บริษัททัวร์	ททท.
	$\bar{x}$	11.81	6.25	9.67	11.54	15.12	15.26	18.16	17.50	15.48
โทรทัศน์	11.81		5.56 (0.052)	2.14 (0.430)	0.27 (0.936)	-3.31 (0.242)	-3.45 (0.377)	-6.35* (0.003)	-5.69 (0.278)	-3.67 (0.130)
วิทยุ	6.25			-3.42 (0.324)	-5.29 (0.191)	-8.87* (0.013)	-9.01* (0.049)	-11.91* (0.000)	-11.25* (0.048)	-9.23* (0.005)
นิตยสาร	9.67				-1.86 (0.636)	-5.45 (0.114)	-5.59 (0.202)	-8.49* (0.004)	-7.83 (0.162)	-5.81 (0.063)
หนังสือพิมพ์	11.54					-3.58 (0.373)	-3.72 (0.442)	-6.62 (0.065)	-5.96 (0.318)	-3.95 (0.293)
อินเทอร์เน็ต	15.12						-0.14 (0.975)	-3.04 (0.318)	-2.38 (0.674)	-0.36 (0.911)
โบรชัวร์	15.26							-2.90 (0.476)	-2.24 (0.721)	-0.22 (0.958)
หนังสือนำเที่ยว	18.16								0.66 (0.902)	2.68 (0.316)
บริษัททัวร์	17.50									2.02 (0.712)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	15.48									

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ นิตยสารกับหนังสือนำเที่ยว พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากนิตยสาร แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากหนังสือนำเที่ยว ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.046 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ นิตยสาร จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากหนังสือนำเที่ยว

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม

การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล	โทรทัศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือนำเที่ยว	บริษัททัวร์	ททท.
$\bar{x}$	48.89	57.13	44.35	50.58	43.90	46.84	42.07	28.50	46.77
โทรทัศน์	48.89	-8.23* (0.035)	4.54 (0.218)	-1.68 (0.717)	4.99 (0.196)	2.05 (0.700)	6.82* (0.021)	20.39* (0.004)	2.12 (0.521)
วิทยุ	57.13		12.78* (0.007)	6.55 (0.235)	13.22* (0.007)	10.28 (0.092)	15.06* (0.000)	28.63* (0.000)	10.35* (0.020)
นิตยสาร	44.35			-6.23 (0.246)	0.45 (0.924)	-2.49 (0.676)	2.28 (0.567)	15.85* (0.038)	-2.43 (0.568)
หนังสือพิมพ์	50.58				6.67 (0.223)	3.73 (0.571)	8.51 (0.082)	22.08* (0.007)	3.80 (0.457)
อินเทอร์เน็ต	43.90					-2.94 (0.628)	1.83 (0.658)	15.40* (0.046)	-2.87 (0.514)
โบรชัวร์	46.84						4.77 (0.389)	18.34* (0.032)	0.006 (0.991)
หนังสือนำเที่ยว	42.07							13.57 (0.063)	-4.71 (0.196)
บริษัททัวร์	28.50								-18.27* (0.014)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	46.77								

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์กับวิทยุ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อวิทยุ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.015 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ วิทยุกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบริษัททัวร์แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.036 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ บริษัททัวร์ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล

โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง

การเปิดรับสื่อ ที่ไม่ใช่บุคคล		โทรทัศน์	วิทยุ	นิตยสาร	หนังสือ พิมพ์	อินเทอร์เน็ต	โบรชัวร์	หนังสือ นำเที่ยว	บริษัท ทัวร์	ททท.
	$\bar{x}$	7.35	5.00	9.67	9.23	12.32	6.84	6.95	5.00	5.40
โทรทัศน์	7.35		2.35 (0.212)	-2.32 (0.193)	-1.88 (0.402)	-4.97* (0.008)	0.51 (0.844)	0.39 (0.782)	2.35 (0.496)	1.95 (0.224)
วิทยุ	5.00			-4.67* (0.041)	-4.23 (0.113)	-7.32* (0.002)	-1.84 (0.532)	-1.95 (0.333)	0.00 (1.000)	-0.40 (0.851)
นิตยสาร	9.67				0.44 (0.864)	-2.64 (0.245)	2.83 (0.326)	2.72 (0.159)	4.67 (0.205)	4.27* (0.038)
หนังสือพิมพ์	9.23					-3.09 (0.245)	2.39 (0.454)	2.28 (0.335)	4.23 (0.282)	3.83 (0.122)
อินเทอร์เน็ต	12.32						5.47 (0.063)	5.36* (0.008)	7.32 (0.050)	6.91* (0.001)
โบรชัวร์	6.84							-0.11 (0.967)	1.84 (0.656)	1.44 (0.604)
หนังสือนำ เที่ยว	6.95								1.95 (0.580)	1.55 (0.378)
บริษัททัวร์	5.00									-0.40 (0.911)
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	5.40									

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์กับอินเทอร์เน็ต พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากอินเทอร์เน็ต ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.042 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากอินเทอร์เน็ต

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ วิทยุกับนิตยสาร พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิด

H₁ : การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 44

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง(รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	434.772	144.924	1.296	0.275
	ภายในกลุ่ม	473	53222.976	111.813		
	รวม	479	53657.748			
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	3	1081.313	360.438	8.416*	0.000
	ภายในกลุ่ม	473	20386.154	42.828		
	รวม	479	21467.467			
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	3	7358480.686	2452826.895	1.825	0.142
	ภายในกลุ่ม	473	639770990.639	1344056.703		
	รวม	479	647129471.325			
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	2660.520	886.840	4.390*	0.005
	ภายในกลุ่ม	473	96168.978	202.036		
	รวม	479	98829.498			
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	2900.416	966.805	3.714*	0.012
	ภายในกลุ่ม	473	123898.750	260.291		
	รวม	479	126799.167			
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	5214.009	1738.003	3.587*	0.014
	ภายในกลุ่ม	473	230645.158	484.549		
	รวม	479	235859.167			
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	601.407	200.469	1.863	0.135
	ภายในกลุ่ม	473	51210.960	107.586		
	รวม	479	51812.367			
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	63.547	21.182	0.185	0.906
	ภายในกลุ่ม	473	54386.401	114.257		
	รวม	479	54449.948			
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์	ระหว่างกลุ่ม	3	292.215	97.405	1.984	0.116
	ภายในกลุ่ม	473	23370.783	49.098		
	รวม	479	23662.998			
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	ระหว่างกลุ่ม	3	8.445	2.815	3.470*	0.016
	ภายในกลุ่ม	473	386.146	0.811		
	รวม	479	394.592			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way Analysis of Variance : ANOVA พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลข้อที่ 2, 4, 5, 6 และ 10 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.005, 0.012, 0.014 และ 0.016 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

การเปิดรับสื่อบุคคล	บุคคลในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	มัคคุเทศก์/ไกด์
	$\bar{x}$ 8.45	8.76	7.95	20.43
บุคคลในครอบครัว	8.45	-0.30 (0.750)	0.50 (0.508)	-11.98* (0.000)
ญาติ	8.76		0.80 (0.318)	-11.67* (0.000)
เพื่อน	7.95			-12.48* (0.000)
มัคคุเทศก์/ไกด์	20.43			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัวกับมักคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบุคคลในครอบครัว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมักคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมักคุเทศก์/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติกับมักคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากญาติ แตกต่างเป็นรายคู่กับการ

เปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์ ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติ จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อนกับมัลคูลเทร็ก/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากเพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์ ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อน จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง

การเปิดรับสื่อบุคคล	บุคคลในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	มัลคูลเทร็ก/ไกด์
$\bar{x}$	19.36	19.53	20.04	39.29
บุคคลในครอบครัว	19.36	-0.17 (0.934)	-0.68 (0.680)	-19.92* (0.000)
ญาติ	19.53		-0.50 (0.773)	-19.75* (0.000)
เพื่อน	20.04			-19.25* (0.000)
มัลคูลเทร็ก/ไกด์	39.29			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัวกับมัลคูลเทร็ก/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบุคคลในครอบครัว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์ ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัลคูลเทร็ก/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติกับมัคคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากญาติ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อนกับมัคคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากเพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก

การเปิดรับสื่อบุคคล	บุคคลในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	มัคคุเทศก์/ไกด์
	$\bar{x}$ 14.61	8.20	14.21	19.29
บุคคลในครอบครัว	14.61	6.41* (0.007)	0.40 (0.831)	-4.68 (0.458)
ญาติ	8.20		-6.01* (0.003)	-11.09 (0.081)
เพื่อน	14.21			-5.08 (0.411)
มัคคุเทศก์/ไกด์	19.29			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัวกับญาติ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบุคคลในครอบครัว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากญาติ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.043 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากญาติ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติกับเพื่อน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากญาติ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากเพื่อน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.047 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากเพื่อน

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม

การเปิดรับสื่อบุคคล		บุคคลในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	มัคคุเทศก์/ไกด์
	$\bar{x}$	44.46	49.88	47.26	39.29
บุคคลในครอบครัว	44.46		-5.42 (0.093)	-2.80 (0.270)	20.89* (0.016)
ญาติ	49.88			2.62 (0.334)	26.31* (0.002)
เพื่อน	47.26				23.69* (0.005)
มัคคุเทศก์/ไกด์	23.57				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัวกับมัคคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบุคคลในครอบครัว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.034 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเล โดยมียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติกับมัคคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากญาติ แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.048 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ ญาติ จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อนกับมัคคุเทศก์/ไกด์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากเพื่อน แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.045 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากมัคคุเทศก์/ไกด์

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเปิดรับสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

การเปิดรับสื่อบุคคล	บุคคลในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	มัคคุเทศก์/ไกด์
	$\bar{x}$ 4.18	3.98	3.85	4.14
บุคคลในครอบครัว	4.18	0.20 (0.131)	0.33* (0.002)	0.03 (0.924)
ญาติ	3.98		0.13 (0.250)	-0.17 (0.639)
เพื่อน	3.85			-0.29 (0.394)
มัคคุเทศก์/ไกด์	4.14			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัวกับเพื่อน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากบุคคลในครอบครัว แตกต่างเป็นรายคู่กับการเปิดรับสื่อจากเพื่อน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.048 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อจากเพื่อน

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

H_1 : ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล	Pearson Correlation	r ²	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวนกี่ครั้ง	0.035	-	0.444	ไม่มีความสัมพันธ์
2. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	-0.009	-	0.844	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	-0.004	-	0.925	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง	0.041	-	0.374	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก	-0.063	-	0.165	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม	0.011	-	0.812	ไม่มีความสัมพันธ์
7. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-0.004	-	0.929	ไม่มีความสัมพันธ์
8. ท่านใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง	0.051	-	0.262	ไม่มีความสัมพันธ์
9. ท่านใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ	-0.032	-	0.490	ไม่มีความสัมพันธ์
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้	0.210	0.044	0.000**	มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน

n = 480

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองใน 2 ปีที่ผ่านมา พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.444 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองใน 2 ปีที่ผ่านมาไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดย มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.844 ซึ่งมากกว่า 0.05

ความผันแปรเท่ากับ 0.044 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลได้ร้อยละ 4.4

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศและผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว และสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองให้ดีขึ้น

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางภูมิศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ และผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว สามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและรู้จักวางกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังก่อให้เกิดการจ้างงานและยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่จังหวัดต่าง ๆ ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
 - 2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
4. สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
5. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 5.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
 - 5.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
6. การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้
 - 6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
 - 6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน
7. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง จำนวน 480 คน การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้หลักการแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling (SRS)) จากข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระยองที่อยู่ติดชายทะเล ซึ่งอยู่ในตัวเมือง และอำเภอต่าง ๆ จากจำนวนทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ หาดแหลมเจริญ หาดแสงจันทร์ หาดแม่รำพึง-บ้านกันอ่าว เกาะเสม็ด สวนวังแก้ว แหลมแม่พิมพ์ หาดพุน และหาดพลา โดยการจับฉลากมา 4 แห่ง ซึ่งผลที่ได้คือ

ชื่ออำเภอ/กิ่งอำเภอ	ชื่อสถานที่	จำนวน
ตัวเมือง	หาดแม่รำพึง , หาดแสงจันทร์ และหาดแหลมเจริญ	3
อำเภอแกลง	แหลมแม่พิมพ์	1

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างขนาด 480 คน จะได้สัดส่วนจากการคำนวณดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในเขตตัวเมือง	(หาดแม่รำพึง)	$480/4 = 120$ คน
	(หาดแสงจันทร์)	$480/4 = 120$ คน
	(หาดแหลมเจริญ)	$480/4 = 120$ คน
2. กลุ่มตัวอย่างของอำเภอแกลง	(แหลมแม่พิมพ์)	$480/4 = 120$ คน
	รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	= <u>480</u> คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการแบ่งกลุ่มในขั้นตอนที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 480 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งโครงสร้างออกเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเล ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 6 ข้อ คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-dichotomy question) จำนวน 3 ข้อ คำถามปลายเปิด (Open-ended response question) จำนวน 5 ข้อ คำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 1 ข้อ และคำถามแบบ Likert Scale จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 15 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามแบบ Likert Scale จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 2 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ลักษณะคำถามเป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ (Semantic Differential Scale) จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 3 ข้อ และคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple-dichotomy question) จำนวน 1 ข้อ คำถามปลายเปิด (Open-ended response question) จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งหมด 5 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดำรง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้
 - 1.1 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 - 1.2 หอสมุด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 1.3 หอสมุดแห่งชาติ
 - 1.4 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - 1.5 ห้องสมุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 1.6 ห้องสมุด สภาวิจัย
2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จากสถานที่และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ตามกระบวนการสุ่มตัวอย่าง และจะเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม - 1 มกราคม 2546 ตั้งแต่เวลา 8.00 น. - 19.00 น.

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม โดยคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์
2. ตรวจสอบและให้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ
3. ลงรหัสข้อมูลแบ่งเป็นกลุ่มตามตัวแปรที่ต้องการศึกษา
4. นำข้อมูลที่ลงรหัสเสร็จแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องคอมพิวเตอร์
5. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้การคำนวณค่าสถิติซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 - 5.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.3 วิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.4 วิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.5 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
 - 5.6 วิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นร้อยละ (Percentage)
 - 5.7 วิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

5.8 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน การวิเคราะห์ใช้สถิติ t-test และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance : ANOVA โดยหากพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบต่อยังวิธี Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance : ANOVA โดยหากพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบต่อยังวิธี Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

5.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

5.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

6.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวชายทะเล มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.2 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ อายุ 15 - 25 ปี อายุ 36 - 45 ปี อายุ 46 - 55 ปี และอายุ 56 - 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.6, 16.5, 3.7 และ 0.2 ตามลำดับ ส่วนอาชีพของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, แม่บ้าน/พ่อบ้าน และว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 20, 17.3, 13.8, 5.6 และ 2.1 ตามลำดับ โดยมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท, รายได้ 20,001 - 30,000 บาท, รายได้ 30,001 - 40,000 บาท, รายได้ 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25, 16, 6.3, 4.6 และ 3.3 ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ร่วมกัน และ หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 39.6 และ 2.1 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน, รับประทานอาหาร, เป็นทางผ่านในการเดินทาง, เล่นกีฬา, อันนึ่งนึ่ง และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.3, 7.3, 2.7, 1.3, 0.8 และ 0.8 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูลสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า สิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 สิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียด จากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติ เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.82, 3.64 และ 3.59 ตามลำดับ ส่วนสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว และ เพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37, 3.04 และ 2.93 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากต่อบริเวณธรรมชาติในเรื่อง ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยองมีความสวยงาม สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลเย็นสบาย ลักษณะของชายทะเลที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำทะเลมีความกว้าง ความงดงามของชายทะเลมีความงดงาม ความสะอาดของน้ำทะเลมีความสะอาด ความหลากหลายของชายทะเลมีความหลากหลาย ความสะอาดของหาดทรายมีความสะอาด และความพลุกพล่านบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีความเจียบสงบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88, 3.86, 3.67, 3.65, 3.63, 3.58 และ 3.50 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญปานกลาง คือ ความงดงามของหมู่เกาะปะการัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ เส้นทางคมนาคมขนส่งในจังหวัดระยองมีความสะดวก การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลในจังหวัดระยองมีความปลอดภัย ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีความสะดวก รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยองมีรสชาติอร่อย ความหลากหลายของร้านอาหารในจังหวัดระยองมีความหลากหลาย และประทับใจต่อการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18, 3.91, 3.71, 3.51, 3.44 และ 3.43 ตามลำดับ และปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญปานกลาง คือ การให้บริการของร้านอาหารในจังหวัดระยอง ความสะอาดของร้านอาหารในจังหวัดระยอง และราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่นในจังหวัดระยอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35, 3.30 และ 3.02 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางธรรมชาติ ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจ คือ เกาะเสม็ด คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมา คือ เกาะมันนอก เกาะกูด เกาะทะลุ เกาะมันใน เกาะแก้ว เกาะขาม เกาะขี้ปลา เกาะเต่า และเกาะมัน คิดเป็นร้อยละ 10.8, 5.8, 5.6, 5.4, 0.6, 0.2, 0.2, 0.2 และ 0.2 ตามลำดับ และชายทะเลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกในการเล่นน้ำ คือ แหลมแม่พิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ หาดแม่รำพึง หาดทรายแก้ว สวนสน เกาะเสม็ด หาดปลา หาดพูน หาดแหลมเจริญ สวนวังแก้ว หาดแสงจันทร์ เขาแหลมหญ้า หาดทรายขาว หาดน้ำริน และหาดวงเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.3, 4.0, 3.8, 2.9, 1.9, 1.7, 1.3, 0.4, 0.2, 0.2 และ 0.2 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อที่ไม่ใช่บุคคล และสื่อบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือ หนังสือนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิตยสาร อินเทอร์เน็ต วิทยุ หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ และ บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 18.1, 12.9, 9.6, 8.5, 8.3, 5.4, 4.0 และ 2.1 ตามลำดับ

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล คือ เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัว ญาติ และมัคคุเทศก์/ไกด์ คิดเป็นร้อยละ 21.3, 17.9 และ 1.5 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง

จากการศึกษาข้อมูล ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ส่วนปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญปานกลาง คือ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร ปริมาณไฟฟ้าที่มีให้บริการ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ภาวลักษณะในเรื่องโสเภณี ยาเสพติด ปริมาณห้องสุขาที่มีให้บริการ การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องอาหาร ความสะอาดของห้องสุขา ปริมาณถังขยะบริเวณชายหาด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำบริเวณชายหาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43, 3.35, 3.29, 3.28, 3.24, 3.23, 3.09, 3.09, 3.03, 2.95, 2.84 และ 2.51 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ พักค้างคืน 2 วัน, พักค้างคืน 1 วัน, พักค้างคืน 3 วัน, พักค้างคืน 4 วัน และพักค้างคืน 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 26.3, 22.7, 7.7, 0.6 และ 0.2 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ เพื่อน, คู่รัก/คู่สมรส, บริษัทนำเที่ยว และคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 35.0, 9.6, 2.9 และ 1.0 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมา คือ รถเช่าแบบมีคนขับ, รถโดยสารประจำทาง, รถบริการนำเที่ยว (ชื้อทัวร์มา) และ รถเช่าแบบขับเอง คิดเป็นร้อยละ 7.3, 2.9, 2.9 และ 0.6 ตามลำดับ โดยมากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ ไม่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 31.5 และส่วนใหญ่เลือกพักแรมบ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา คือ โรงแรม/รีสอร์ท, บ้านพัก/คอนโดส่วนตัว, เกสต์เฮาส์/บังกะโล และบ้านพักรับรองของทางราชการ/เอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.3, 20.2, 19.6 และ 2.5 ตามลำดับ โดยมากเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมา คือ วันนักขัตฤกษ์และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 35.4 และ 4.8 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในเดือนธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมา คือ เดือนเมษายน, เดือนมกราคม, เดือนมีนาคม, เดือนพฤษภาคม, เดือนสิงหาคม, เดือนตุลาคม, เดือนพฤศจิกายน, เดือนมิถุนายน และเดือนกรกฎาคม คิดเป็นร้อยละ 25.6, 5.4, 3.5, 3.5, 3.3, 3.3, 3.3, 1.5 และ 1.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมคือ พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา คือ เล่นน้ำทะเล, ปิกนิก/รับประทานอาหาร, เล่นเรือใบ/สกี้น้ำ/เล่นน้ำ/ว่ายน้ำ, หาซื้อของที่ระลึก, อื่น ๆ, สถานบันเทิง และ ดำน้ำ/ดูปะการัง คิดเป็นร้อยละ 25.0, 17.9, 5.0, 1.9, 1.7, 1.0 และ 0.8 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเล คิดเป็นร้อยละ 94.8 รองลงมา คือ ไม่แนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเล คิดเป็นร้อยละ 5.2 และนัก

ท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกประทับใจกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมา คือ ประทับใจอย่างยิ่ง เฉย ๆ ไม่ประทับใจอย่างยิ่ง และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 31.5, 28.3, 1.9 และ 1.5 ตามลำดับ

ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย 6.88 ครั้ง จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ โดยเฉลี่ย 8.38 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1287.13 บาท ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20.09 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.29 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 46.79 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.64 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.51 เปอร์เซ็นต์ และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 เปอร์เซ็นต์

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล สถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

เพศ – นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และ ความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาและค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง

อาชีพ – นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายในเรื่อง

ค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา, ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, แม่บ้าน/พ่อบ้าน ว่างงาน และเกษียณ

รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล – นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท, รายได้ 20,001 – 30,000 บาท, รายได้ 30,001 – 40,000 บาท, รายได้ 40,001 – 50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

สถานภาพการสมรส – นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน และหย่า/ม่าย/แยกกันอยู่

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า อายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.147 แสดงว่า ตัวแปรที่เป็นอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันน้อย เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.021 กล่าวคือ ตัวแปรที่เป็นอายุสามารถแสดงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่เป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองได้ร้อยละ 2.1 หมายความว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองมากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิง แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน, รับประทานอาหาร, เป็นทางผ่านในการเดินทาง, เล่นกีฬา, อันนันทนาการ และอื่น ๆ

สมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิง และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และพบว่าสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่าย

แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ หนังสือนำเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, นิตยสาร, อินเทอร์เน็ต, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, โบรชัวร์ และบริษัททัวร์

สมมติฐานข้อที่ 6.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่ต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าจ่ายบันทึง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ เพื่อน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เปิดรับสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว, ญาติ และมักคฤเทศก์/ไกด์

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง พบว่า ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าจ่ายบันทึง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปราย ดังนี้

1. ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 480 คน โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.8) และมีอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 43.3) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของปริยดา ตูรยานนท์ (2545 : 102) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีอายุ 25-34 ปี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 58.3) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 41.3) และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000

บาท (ร้อยละ 44.8) ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุรุษขมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยียนส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้ตั้งแต่ 5,000 – 9,999 บาท

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ พักผ่อน (ร้อยละ 78.8) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศศิธร สามารถ (2545 : 93) พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุรุษขมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยียนกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนเป็นหลัก

3. สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{x} = 4.35$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนัยนา คุปติมนัส (2544 : 117) พบว่า เหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ เพื่อพักผ่อน การประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อการประชุมสัมมนา

4. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ปัจจัยทางธรรมชาติ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากคือ ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยองมีความสวยงาม ($\bar{x} = 3.89$) รองลงมา คือ สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลเย็นสบาย ($\bar{x} = 3.88$) ลักษณะของชายทะเลที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำริมทะเลมีความกว้าง ($\bar{x} = 3.86$) ความงดงามของชายทะเลมีความงดงาม ($\bar{x} = 3.67$) ความสะอาดของน้ำทะเลมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.65$) ความหลากหลายของชายทะเลมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.63$) ความสะอาดของหาดทรายมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.58$) และความพลุกพล่านบริเวณชายทะเลมีความเงียบสงบ ($\bar{x} = 3.5$) ส่วนความงดงามของหมู่เกาะปะการังในจังหวัดระยองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$) ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ เส้นทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก ($\bar{x} = 4.18$) การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลมีความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.91$) ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเลมีความสะดวก ($\bar{x} = 3.71$) รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเลมีรสชาติอร่อย ($\bar{x} = 3.51$) ความหลากหลายของร้านอาหารมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.44$) และนักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจกับการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง ($\bar{x} = 3.43$) ส่วนการให้บริการของร้านอาหาร ($\bar{x} = 3.35$) ความสะอาดของร้านอาหาร ($\bar{x} = 3.30$) และราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่นในจังหวัดระยองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.02$) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : 120) พบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเลซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือ การคมนาคมขนส่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น

5. ส่วนหมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจ คือ เกาะเสม็ด (ร้อยละ 70.8) และชายทะเลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกในการเล่นน้ำ คือ แหลมแม่พิมพ์ (ร้อยละ 42.9) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัลยา สมมาตย์ (2541 : 120) พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเล

6. จากการศึกษาข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ (ร้อยละ 31.0) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทนายาท กิตติกุล (2540 : 69) พบว่า คนไทยส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวต่างประเทศจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล คือ เพื่อน (ร้อยละ 59.4) ซึ่งสอดคล้องกับ

ผลการวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) พบว่า สื่อที่มีผลต่อการมาเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของวันทนา สุริชิน (2541 : 109) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อบุคคล เป็นเพื่อน ญาติ หรือเพื่อนร่วมงาน มากที่สุด

7. ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.74$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทนายท กิตติกุล (2540 : 70) พบว่า คนไทยให้ความสำคัญของลักษณะ ของแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนให้ความสำคัญกับปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด รองลงมาเป็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

8. การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน (ร้อยละ 42.5) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่พักค้างคืน นักท่องเที่ยวชาวไทยร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลกับครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 51.5) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : 117) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่มคนเฉพาะครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 86.3) เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมากเลือกท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 59.8) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : 117) พบว่า นักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ส่วนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำมากที่สุด คือ พักผ่อน (ร้อยละ 46.7) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2545 : 117) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกิจกรรมที่ระหว่างท่องเที่ยว คือ พักผ่อน นอนเล่น ฟังเพลง และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545 : 99) พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมที่มักกระทำ คือ การนั่งพักผ่อน โดยมานักท่องเที่ยวมีการวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลล่วงหน้า (ร้อยละ 68.5) และจะเลือกพักแรมที่บ้านญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 34.4) โดยจะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม (ร้อยละ 49.4) เพราะอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ซึ่งตรงกับวันหยุดยาว โดยส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (ร้อยละ 94.8) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (ร้อยละ 36.9)

ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย 6.88 ครั้ง จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ โดยเฉลี่ย 8.38 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ โดยเฉลี่ย 1287.13 บาท ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20.09 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.29 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 46.79 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.64 เปอร์เซ็นต์ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง 7.51 เปอร์เซ็นต์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 เปอร์เซ็นต์

9. จากสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล และ สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถนำมาอภิปรายผลแบบรายข้อดังนี้

9.1 เพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักแตกต่างกัน และสามารถอภิปรายผลได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องมาจาก บทบาทการทำงานของเพศชายที่ต้องทำงานหนักและมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบครอบครัว เมื่อมีเวลาว่างจึงต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเพศชายมีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมสกุล แอลเฟรด (2540 : บทคัดย่อ) พบว่า เพศ อายุ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากวิทยุ ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเจตคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประชาชนในท้องถิ่น เกาะลันตา เมืองพัทยา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติแตกต่างกัน

9.2 อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลแบบรายข้อดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพว่างงาน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลน้อยกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพว่างงาน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพว่างงาน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพว่างงาน

เนื่องจากนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีเวลาว่างในช่วงปิดเทอม ไม่ต้องรับผิดชอบอะไรมากนัก มีเวลาที่จะเที่ยวสนุกสนานได้เต็มที่ และยังระบุช่วงเวลาที่จะท่องเที่ยวได้ตามสะดวก จึงสามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้เต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศศิธร สามารณ (2545 : 90) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่

ต่างกันมีความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทายาท กิตติกุล (2540 : 78) พบว่า ปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

9.3 รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลแบบรายข้อดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท และรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีความรู้สึกในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการที่จะนำไปซื้อสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้มาก อำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยวก็จะมากตาม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตย์ (2541 : บทคัดย่อ) พบว่า รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษขมานนท์ (2545 : 101) พบว่า อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทางมากับผู้เยี่ยมชม อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการมาท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของทายาท กิตติกุล (2540 : 78) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของคนไทยที่กำลังจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

9.4 สถานภาพการสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลแบบรายข้อดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ร่วมกัน

ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีอิสระในการที่จะเลือกท่องเที่ยวและยังไม่มีภาระที่ต้องรับผิดชอบครอบครัว เวลาไปไหนก็สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษขมานนท์ (2545 : 101) พบว่า อายุ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวชายทะเล สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ที่ร่วมเดินทางมากับผู้เยี่ยมเยือน อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อการมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทนายท กิตติกุล (2540 : 78) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของคนไทยที่กำลังจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

10. จากสมมติฐานข้อที่ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

10.1 อายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

10.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 นั่นคือ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษขมานนท์ (2545 : 101) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อการมาท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุน้อย ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยเรียน ไม่มีรายได้ที่แน่นอน จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มากนัก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมากและอยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนแน่นอน และยังสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวได้เอง ทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูงขึ้น

11. จากสมมติฐานข้อที่ 3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลแบบรายข้อดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน รับประทานอาหาร และเล่นกีฬา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทางและอันนึ่งมน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน เป็นทางผ่านในการเดินทางและอันนึ่งมน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหาร และเล่นกีฬา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน รับประทานอาหาร เล่นกีฬา เป็นทางผ่านในการเดินทาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่ออันนึ่งมน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานอาหาร เล่นกีฬา เป็นทางผ่านในการเดินทางและอันนึ่งมน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน รับประทานอาหาร เล่นกีฬา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีการใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง แตกต่างจากวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นทางผ่านในการเดินทาง และอันนึ่งมน

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่ไม่ไกลจากภูมิลำเนา และมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2528 : 198) ระบุว่า ในการเดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุด

12. จากสมมติฐานข้อที่ 4 สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และพบว่าสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของนัยนา คูปติมนัส (2545 : 117) พบว่า มลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของทนายท กิตติกุล (2540 : 80) พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ กับสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

13. จากสมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

13.1 ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของसानนท์ สุขศรี (2532 : 90) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาจากยุโรป ออสเตรเลีย อเมริกา และเอเชียตะวันออก ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับปัจจัยการท่องเที่ยวทางกายภาพ ได้แก่ หาดทราย ทะเล ภูมิอากาศ น้ำตก อุทยานนกน้ำ ภูเขา มากกว่าปัจจัยทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตรย์ (2541 : 117) พบว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจมาเที่ยวเพชรบุรี คือ ชายทะเลสะอาด สวยงาม และการคมนาคมขนส่งสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างตั้งใจมาเที่ยวชายหาดชะอำมากที่สุด ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ กับปัจจัยทางธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

13.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของसानนท์ สุขศรี (2532 : 90) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยทางวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า สถานเริงรมย์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก รองลงมา ได้แก่ สินค้า นักท่องเที่ยวกลุ่มจากมาเลเซียและสิงคโปร์ให้ความสนใจกับสถานเริงรมย์และสินค้ามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาจากยุโรป ออสเตรเลีย อเมริกา และเอเชียตะวันออก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับปัจจัยการท่องเที่ยวทางกายภาพ ได้แก่ หาดทราย ทะเล ภูมิอากาศ น้ำตก อุทยานนกน้ำ ภูเขา มากกว่าปัจจัยทางวัฒนธรรม ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ กับปัจจัยทางวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และจากผลการวิจัยจะพบว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าปัจจัยทางวัฒนธรรม ซึ่งดูได้จากค่า Pearson Correlation จะพบว่า ปัจจัยทางธรรมชาติ มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.382 ส่วนปัจจัยทางวัฒนธรรม มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.242

14. จากสมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

14.1 การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุชาติ วรระมาน (2542 : บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและยังสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของศกลวรรณ พาเรือง (2540 : บทคัดย่อ) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

14.2 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองโดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่าบบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม และความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสิริกาญจน์ ปรับไฉนใจโย (2539 : บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

15. จากสมมติฐานข้อที่ 7 ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง จากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา สมมาตรย์ (2541 : 120) พบว่า ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ชายทะเล ซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ รองลงมาคือ การคมนาคมขนส่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายขึ้น รวมทั้งความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวด้วย และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวของ Mill ซึ่งระบุว่า การที่จะให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่น่าสนใจ เช่น ชายหาดสะอาดสวยงาม มีสิ่ง

อำนวยความสะดวกพร้อม เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการ มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวไปถึงจุดหมายปลายทางสะดวกขึ้น และการต้อนรับของคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งหากคนในชุมชนนั้นต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยมิตรไมตรีแล้วจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและรู้สึกประทับใจ อยากจะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมอีก ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิง และค่าใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านปัจจัยทางภูมิศาสตร์

ด้านปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล จึงควรที่จะพัฒนาคุณภาพของชายทะเลแต่ละแห่งในจังหวัดระยองโดยเฉพาะแหลมแม่พิมพ์ และหาดแม่รำพึง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะเล่นน้ำเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สภาพแวดล้อมบริเวณชายทะเลมีความเสื่อมโทรมลง จึงควรมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย หรือน้ำทะเล เพื่อให้สามารถรองรับกับปริมาณของนักท่องเที่ยวและควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์หมู่เกาะปะการังให้คงสภาพที่สวยงาม นอกจากนี้ควรมีการควบคุมราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่น รวมทั้งความสะอาดของร้านอาหาร และการให้บริการของร้านอาหาร เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะในปัจจุบันประเทศไทยใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด ภาคเอกชน รวมทั้งคนในชุมชนควรร่วมกันในการแก้ปัญหาหรือกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อที่จะรักษาสภาพแวดล้อมไว้ ซึ่งหากสถานที่ท่องเที่ยวได้รับการดูแลเอาใจใส่ให้คงสภาพดีและสวยงามส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากที่จะกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนี้ ๆ

ด้านการเปิดรับสื่อ

ด้านการเปิดรับข่าวสาร เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ โทรทัศน์ หรือสื่อบุคคล คือ เพื่อน และควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดระยองให้มากกว่านี้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะคำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมากที่สุด แต่ในความเป็นจริงจังหวัดระยองยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน ศาลหลักเมือง ศาลสมเด็จพระหลวชุมพรฯ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวเมืองระยอง และยังมีสวนพฤกษชาติโสภณ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง น้ำตกคลองปลากัง และน้ำตกคลองหินเพลิง ซึ่งมีความสวยงามไม่แพ้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และควรจัดให้มีรายการที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อเป็นการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ

ด้านปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในการเดินทางไปท่องเที่ยว เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติแล้ว ความปลอดภัยก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการประสานงานกับตำรวจท่องเที่ยว ให้จัดเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง ควบคุมในเรื่องการปฏิบัติผิดกฎหมาย รวมทั้งควบคุมมิให้ผู้ขายบังคับหรือบงการให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือบริการและควรมีการควบคุมราคาของสถานที่พักแรม และอาหารในช่วงเทศกาล เพราะสิ่งเหล่านี้ก็ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณน้ำจืด ความสะอาดของห้องสุขา ปริมาณห้องสุขา ปริมาณถังขยะบริเวณชายหาด ปริมาณไฟฟ้าที่ให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจและสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับไปแล้ว โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมก็มีมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื่องจากข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองให้มากขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เศรษฐกิจในประเทศดีขึ้นและยังช่วยให้เงินตราไหลเข้าประเทศด้วย
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ว่ามีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไร
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชายทะเลแต่ละแห่งในจังหวัดระยองว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไร
4. ควรมีการศึกษาว่ายังมีปัจจัยตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล
5. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดตราด เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **สถานการณ์การท่องเที่ยว ปี 2544**. กรุงเทพฯ : กองข้อมูลและระบบงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2544). **สรุปผลการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2544**. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2544). **สถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2544 ภาคตะวันออก**. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2544). **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา สมมาตรย์. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- เกษม จันทร์แก้ว. (2530). **วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ : อักษรสยามการพิมพ์.
- จินดารักษ์ แสงกาญจน์. (2534). **ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). **การวิจัยเชิงจิตวิทยา**. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. (2527). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดาราพรรณ วิรุฬผล. (2536). **เศรษฐสถิติ**. กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ✓ ดริยสุดา เลี้ยงไพศาล. (2543). **การศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นโยบายและการวางแผน วิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- ดุษฎี ชุมสาย. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ทองหยด สอนทอง. (2540) **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ทายาท กิตติกุล. (2540). **ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนวรรณ วิบุรุษมานนท์. (2545). **พฤติกรรมกาท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี. (2543). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อ*
วิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร. วิทยานิพนธ์
 วท.ม. (เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 มหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ธีรา เอราวัณ. (2544). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในประเทศไทย*.
 วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
 ถ่ายเอกสาร.
- ธีรวิทย์ พรายแย้ม. (2545). *การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว*
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 แม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- นันทิภา เกิดขึ้น. (2533). *ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะ*
กรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ สศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- นัยนา กุปติมนัส. (2544). *ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง*
สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นิคม จารุมณีปรีชา. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ โอ. เอส. พรินติ้ง เฮาส์.
- นราศรี ไววนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2542). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ :
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.
- บุญเลิศ เปรว่า. (2543). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวใน*
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 เชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ปองจิต แจ่มจำรัส. (2528). *ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนที่มีต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม*
บริเวณสถานตากอากาศชะอำ. วิทยานิพนธ์ สศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ :
 บริษัท สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ*
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
 วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปริยดา ตูยานนท์. (2544). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*
ที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด).
 กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ปวีณา โทนแก้ว. (2542). **ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- พันทิพา โฉมประดิษฐ์. (2530). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ยุพดี เสตพรณ. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พิษณุการพิมพ์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ลำพอง ศรีทับทิม. (2535). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- วันทนา สุรชีวิน. (2541). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิชัย เทียนน้อย. (2540). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง เฮาส์.
- วิธินี วรรณสกล. (2542). **การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิภาวดี วงษ์บริสุทธิ์. (2536). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา**. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2528). **การศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง-ลำพูน**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศกลวรรณ พาเรือง. (2540). **องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร สามารถ. (2545). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- (2539). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2540). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกมลสมัย จำกัด.
- ศิริ ศิริวัลย์. (2532). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์.(2534). **พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงในเอกสารการสอนชุดวิชาสุขศึกษา หน่วยที่ 1-7 (หน้า98-106,132-136)**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมสกุล แอลเฟรด. (2540). **พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประชาชน ในท้องถิ่น กรณีศึกษา เกาะล้าน เมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (สิ่งแวดล้อมศึกษา).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- สากล สถิตวิทยานันท์. (2529). **ภูมิศาสตร์นั้น ทนการ**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาภูมิศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- सानนท์ สุขศรี. (2532). **ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ภูมิศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักบริการวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2534). **การศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาและจังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สลักภัย เตียวตระกูล. (2539). **ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นโยบายและการวางแผน วิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิรัตน์ ปาจิณบุรารัตน์. (2539). **ขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- สิริกาญจน์ ปรับไต่อดิจโย. (2539). **การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สิรินาถ นุ้ยเหล็ก. (2541). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุชา จันทรเฒ และสุรางค์ จันทรเฒ. (2507). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : แพร่วิทยา.
- สุชาดา นิมหิรัญวงษ์. (2544). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ประชากรศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- สุชาดา วรรณะมานี. (2542). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุพัตรา พรประสิทธิ์. (2541). **การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอสฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ประจำวันอังคารที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2545
- Bandura, A. (1997). *Social Learning Theory*. Englewood Cliff, N.J. : Prentice Hall.
- Blooms, B.S. (ED.). (1975). *Taxonomy of Educational Objectives Hand Book I : cognitive Domain*. New York : David Mokey Company.
- Cronbach, L.J.. (1972). *Essential of Psychological Testing*. 3rd.ed.. New York : Harper and Row. Publisher.
- D. Katz and E. Scotland. (1959). "*A preliminary Statement to a Theory of Attitude Structure and Change*" in S.koch (Ed.) *Psychology : A Study of a Science, Vol. 3*. New York : McGraw-Hill, 482.
- D. Katz. (1960 , March). "*The Functional Approach to the Study of Attitudes*," *Public Quarterly*, 1960 (3) : 343.
- D. Kretch and T.S. Crutchfield. (1948). *Theory and Problems in Social Psychology*. New York : McGraw-Hill, 152.
- G. Murphy, L.B. Murphy and T.M. Newcome. (1937). *Experimental Social Psychology*. New York : Harper, 887.
- Gordon Allport. (1935). "Attitudes" in C. Murechison (Ed.) *Handbook of Social Psychology*. Worcester, Massachusate : Clark University Press.
- Hudman, L.E.. (1980). *Tourism : A Shining World*. Ohio : rid Inc.
- L.L. Thurstone. (1928 , February). "Attitudes Can Be Measured," *American Journal of Sociology*, 1928 (1) : 33, 531.
- L.L. Thurstone. (1946 , December). "Comment," *American Journal of Sociology*, 1946 (2) : 52, 39.
- Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism the international bussiness*. New Jersey : Prentic Hall.
- Milton Rokeach. (1970). *Belidfs, Attitudes and Values*. San Francisco : Jossey-Bass Inc.. Publishers.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Consumer behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Wade, Serena. And Wilbur Schramm. (1969 , April). "mass Media as Source of Public Affairs. Science, and Health Knowledge," *Public Opinion Quarterly*. 1969 (4) : 429
- Weihrich, Heinz and Harold Koontz. (1993). *Management : a global perspective*. 10th ed. New York : McGraw-Hill, Inc.

www.tat.or.th

www.rayong.go.th

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สถานที่.....เลขที่.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการจัดทำโครงการวิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาและ
ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามและขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาใช้เวลาในการตอบ
แบบสอบถามในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวชายทะเล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน () หรือเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง (รวมครั้งนี้) จำนวน.....ครั้ง
2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลใดบ้างในจังหวัดระยอง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() หาดแหลมเจริญ	() หาดแสงจันทร์
() หาดแม่รำพึง-บ้านก้นอ่าว	() เกาะเสม็ด
() สวนวังแก้ว	() แหลมแม่พิมพ์
() หาดพุน	() หาดปลา
3. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ท่านเลือกที่จะพักค้างคืนหรือไม่ (ในกรณีที่
พักค้างคืน โปรดระบุจำนวนวัน)

() พักค้างคืน.....วัน	() ไม่พักค้างคืน
------------------------	-------------------
4. ท่านร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองครั้งนี้กับบุคคลใด

() คนเดียว	() ครอบครัว/ญาติ
() เพื่อน	() บริษัทนำเที่ยว
() คู่รัก/คู่สมรส	
5. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้

() รถยนต์ส่วนตัว	() รถโดยสารประจำทาง
() รถเช่าแบบมีคนขับ	() รถเช่าแบบขับเอง
() รถบริการนำเที่ยว (ชื่อทัวร์มา)	
6. ท่านมีการวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองล่วงหน้าหรือไม่

() มี	() ไม่มี
--------	-----------
7. ในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ท่านเลือกพักแรมกับสถานที่ประเภทใด

() บ้านพัก/คอนโดส่วนตัว	() บ้านญาติ/เพื่อน
() เกสต์เฮาส์/บังกะโล	() โรงแรม/รีสอร์ท
() บ้านพักรับรองของทางราชการ/เอกชน	

8. ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง
 () วันหยุดสุดสัปดาห์ () วันธรรมดา
 () วันนักขัตฤกษ์
9. โดยปกติท่านเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในเดือน.....
10. กิจกรรมที่ท่านชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้
 () พักผ่อน () เล่นน้ำทะเล
 () ปิกนิก/รับประทานอาหาร () เล่นเรือใบ/สกีตเตอร์/บานานาโบ๊ท
 () สถานบันเทิง () หาซื้อของที่ระลึก
 () ดำน้ำ/ดูปะการัง () อื่น ๆ โปรดระบุ.....
11. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองหรือไม่
 () แนะนำ () ไม่แนะนำ
12. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้.....คน
13. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้ ประมาณ.....บาท/คน
14. จากค่าใช้จ่ายในข้อ 13 ท่านใช้จ่ายในเรื่องต่อไปนี้เป็นจำนวนกี่เปอร์เซ็นต์ (ให้ระบุเป็นเปอร์เซ็นต์)
- | | |
|----------------------------------|------------------------|
| 14.1 ค่าบริการเดินทาง | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| 14.2 ค่าที่พัก | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| 14.3 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| 14.4 ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| 14.5 ค่าใช้จ่ายบันเทิง | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| 14.6 อื่น ๆ โปรดระบุ..... | ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์ |
| รวม <u>100</u> เปอร์เซ็นต์ | |
15. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองในครั้งนี้
 ประทับใจ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ประทับใจ
 5 4 3 2 1

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักและสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

16. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในครั้งนี้

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| () พักผ่อน | () เยี่ยมญาติ/เพื่อน |
| () รับประทานอาหาร | () เล่นกีฬา |
| () เป็นทางผ่านในการเดินทาง | () อันนึ่งนึ่ง |
| () อื่น ๆ..... | |

17. ท่านคิดว่าสิ่งจูงใจต่อไปนี้ มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง มากน้อยเพียงใด

สิ่งจูงใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17.1 เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน					
17.2 เพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต					
17.3 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ					
17.4 เพื่อให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ					
17.5 ได้รับการชักชวนให้มาเที่ยว					
17.6 เพื่อต้องการชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว					
17.7 ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
17.8 ความสวยงามของธรรมชาติ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน : ----- : ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยทางธรรมชาติ

18. ความงดงามของชายทะเล ในจังหวัดระยอง

งดงาม ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่งดงาม

5 4 3 2 1

19. สภาพภูมิอากาศบริเวณชายทะเลในจังหวัดระยอง

เย็นสบาย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ร้อนจัด

5 4 3 2 1

20. ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง

สวยงาม ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่สวยงาม

5 4 3 2 1

โปรดระบุหมู่เกาะในจังหวัดระยองที่ท่านประทับใจ.....

21. ความงามของหมู่เกาะปะการัง ในจังหวัดระยอง

งาม ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่งาม
5 4 3 2 1

22. ความหลากหลายของชายหาดในจังหวัดระยอง

หลากหลาย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่หลากหลาย
5 4 3 2 1

โปรดระบุชายหาดที่ท่านเลือกในการเล่นน้ำ.....

23. ความสะอาดของหาดทรายในจังหวัดระยอง

สะอาด ----- : ----- : ----- : ----- : ----- สกปรก
5 4 3 2 1

24. ความสะอาดของน้ำทะเลในจังหวัดระยอง

สะอาด ----- : ----- : ----- : ----- : ----- สกปรก
5 4 3 2 1

25. ความพลุกพล่านบริเวณชายหาดในจังหวัดระยอง

เงียบสงบ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- อึกทึกครึกโครม
5 4 3 2 1

26. ลักษณะของชายหาดที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นน้ำริมทะเลในจังหวัดระยอง

กว้าง ----- : ----- : ----- : ----- : ----- แคบ
5 4 3 2 1

ปัจจัยทางวัฒนธรรม

27. เส้นทางคมนาคมขนส่งในจังหวัดระยอง

สะดวก ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่สะดวก
5 4 3 2 1

28. การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายหาดในจังหวัดระยอง

ปลอดภัย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ปลอดภัย
5 4 3 2 1

29. ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายหาดในจังหวัดระยอง

สะดวก ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่สะดวก
5 4 3 2 1

30. ท่านรู้สึกประทับใจกับการจัดงานประเพณีต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง

ประทับใจ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ประทับใจ
5 4 3 2 1

31. ราคาและคุณภาพของสินค้าประจำท้องถิ่น ในจังหวัดระยอง

ถูก ----- : ----- : ----- : ----- : ----- แพง
5 4 3 2 1

32. ความหลากหลายของร้านอาหาร ในจังหวัดระยอง

หลากหลาย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่หลากหลาย
5 4 3 2 1

33. ความสะอาดของร้านอาหาร ในจังหวัดระยอง

สะอาด ----- : ----- : ----- : ----- : ----- สกปรก
5 4 3 2 1

34. รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเล ในจังหวัดระยอง

อร่อย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่อร่อย
5 4 3 2 1

35. การให้บริการของร้านอาหาร ในจังหวัดระยอง

รวดเร็ว ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ล่าช้า
5 4 3 2 1

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

36. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองจาก สื่อที่ไม่ใช่บุคคล ไตมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| () โทรทัศน์ | () วิทยุ |
| () นิตยสาร | () หนังสือพิมพ์ |
| () อินเทอร์เน็ต | () โบรชัวร์ |
| () หนังสือแนะนำเที่ยว | () บริษัททัวร์ |
| () การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | |

37. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองจาก สื่อบุคคล ไตมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| () บุคคลในครอบครัว | () ญาติ |
| () เพื่อน | () มัคคุเทศก์/ไกด์ |

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

38. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

สูง ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ต่ำ
5 4 3 2 1

39. ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว

ปลอดภัย ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ปลอดภัย
5 4 3 2 1

40. ภาพลักษณ์ในเรื่อง โสเภณี ยาเสพติด

ด้านบวก ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ด้านลบ
5 4 3 2 1

41. การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

ข้อสัถย์ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- เอาเปรียบลูกค้า
5 4 3 2 1

42. ปริมาณน้ำจืดในการให้บริการ

เพียงพอ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ขาดแคลน
5 4 3 2 1

43. ความสะอาดของห้องสุขา

สะอาด ----- : ----- : ----- : ----- : ----- สกปรก
5 4 3 2 1

44. ปริมาณของห้องสุขาที่มีให้บริการ

เพียงพอ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ขาดแคลน
5 4 3 2 1

45. ปริมาณถังขยะบริเวณชายหาด

เพียงพอ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ขาดแคลน
5 4 3 2 1

46. ปริมาณไฟฟ้าที่มีให้บริการ

เพียงพอ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ขาดแคลน
5 4 3 2 1

47. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำบริเวณชายหาด

เพียงพอ ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ขาดแคลน
5 4 3 2 1

48. การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการในเรื่องอาหาร

ดี ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ดี
5 4 3 2 1

49. การเอาใจใส่ของผู้ให้บริการเรื่องที่พัก

ดี ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ไม่ดี
5 4 3 2 1

50. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องอาหาร

รวดเร็ว ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ล่าช้า
5 4 3 2 1

51. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในเรื่องที่พัก

รวดเร็ว ----- : ----- : ----- : ----- : ----- ล่าช้า
5 4 3 2 1

ตอนที่ 6 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน () หรือเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

52. เพศ

() ชาย

() หญิง

53. อายุ.....ปี

54. อาชีพ

() นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

() รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ

() ว่างาน

() เกษียณ

() แม่บ้าน/พ่อบ้าน

55. รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

() 10,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท

() 30,001 - 40,000 บาท

() 40,001 - 50,000 บาท

() 50,001 บาท ขึ้นไป

56. สถานภาพการสมรส

() โสด

() สมรส/อยู่ร่วมกัน

() หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.
สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2544

Domestic Tourism

Type of Data	Jan. – Dec.		
	2000	2001	$\Delta(\%)$
<u>Visitor (Pattaya)</u>	3,652,465	3,857,650	+ 5.62
Thai	1,120,761	1,177,762	+ 5.09
Foreigners	2,531,704	2,679,888	+ 5.85
<u>Tourist</u>	3,404,537	3,595,764	+ 5.62
Thai	928,172	976,526	+ 5.21
Foreigners	2,476,365	2,619,238	+ 5.77
<u>Excursionist</u>	247,928	261,886	+ 5.63
Thai	192,589	201,236	+ 4.49
Foreigners	55,339	60,650	+ 9.60
<u>Visitor (Bang Saen)</u>	1,056,278	1,127,772	+ 6.77
Thai	1,033,137	1,091,800	+ 5.68
Foreigners	23,141	35,972	+ 55.45
<u>Tourist</u>	451,865	476,906	+ 5.54
Thai	438,397	454,125	+ 3.59
Foreigners	13,468	22,781	+ 69.15
<u>Excursionist</u>	604,413	650,866	+ 7.69
Thai	594,740	637,675	+ 7.22
Foreigners	9,673	13,191	+ 36.37
<u>Visitor (Rayong)</u>	2,323,964	2,478,375	+ 6.64
Thai	2,026,739	2,158,505	+ 6.50
Foreigners	297,225	319,870	+ 7.62
<u>Tourist</u>	1,548,303	1,656,101	+ 6.96
Thai	1,308,783	1,393,533	+ 6.48
Foreigners	239,520	262,568	+ 9.62
<u>Excursionist</u>	775,661	822,274	+ 6.01
Thai	717,956	764,972	+ 6.55
Foreigners	57,705	57,302	- 0.70

(ต่อ)

Domestic Tourism

Type of Data	Jan. – Dec.		
	2000	2001	$\Delta(\%)$
<u>Visitor (Chantaburi)</u>	413,484	423,459	+ 2.41
Thai	390,815	399,414	+ 2.20
Foreigners	22,669	24,045	+ 6.07
<u>Tourist</u>	290,966	297,681	+ 2.31
Thai	275,380	281,267	+ 2.14
Foreigners	15,586	16,414	+ 5.31
<u>Excursionist</u>	122,518	125,778	+ 2.66
Thai	115,435	118,147	+ 2.35
Foreigners	7,083	7,631	+ 7.74
<u>Visitor (Trat)</u>	384,733	455,745	+ 18.46
Thai	307,905	362,030	+ 17.58
Foreigners	76,825	93,715	+ 21.98
<u>Tourist</u>	340,157	403,858	+ 18.73
Thai	271,601	319,683	+ 17.70
Foreigners	68,556	84,175	+ 22.78
<u>Excursionist</u>	44,576	51,887	+ 16.40
Thai	36,304	42,347	+ 16.65
Foreigners	8,272	9,540	+ 15.33
<u>Visitor (Sakaeo)</u>		692,569	
Thai		582,952	
Foreigners		109,617	
<u>Tourist</u>		260,611	
Thai		253,578	
Foreigners		7,033	
<u>Excursionist</u>		431,958	
Thai		329,374	
Foreigners		102,584	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2544

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
ผู้เยี่ยมเยือน (ชลบุรี)	2,269,562	2,715,860	4,985,422
นักท่องเที่ยว	1,430,651	2,642,019	4,072,670
นักทัศนอาจร	838,911	73,841	912,752
ผู้เยี่ยมเยือน (พททยา)	1,177,762	2,679,888	3,857,650
นักท่องเที่ยว	976,526	2,619,238	3,595,764
นักทัศนอาจร	201,236	60,650	261,886
ผู้เยี่ยมเยือน (บางแสน)	1,091,800	35,972	1,127,772
นักท่องเที่ยว	454,125	22,781	476,906
นักทัศนอาจร	637,675	13,191	650,866
ผู้เยี่ยมเยือน (ระยอง)	2,158,505	319,870	2,478,375
นักท่องเที่ยว	1,393,533	262,568	1,656,101
นักทัศนอาจร	764,972	57,302	822,274
ผู้เยี่ยมเยือน (จันทบุรี)	414,892	26,531	441,423
นักท่องเที่ยว	292,593	18,227	310,820
นักทัศนอาจร	122,299	8,304	130,603
ผู้เยี่ยมเยือน (ตราด)	362,030	93,175	455,745
นักท่องเที่ยว	319,683	84,175	403,858
นักทัศนอาจร	42,347	9,540	57,887
ผู้เยี่ยมเยือน (สระแก้ว)	582,952	109,617	692,569
นักท่องเที่ยว	253,578	7,033	260,611
นักทัศนอาจร	329,374	102,584	431,958

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544

ภาคผนวก ค.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/ ๒๕๕๖

วันที่ ๕ มีนาคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวอุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวคล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยมี อาจารย์ยรรรินทรา ศิริสุทธิกุล และ อาจารย์วรางคณา อศิครประเสริฐ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ให้ นางสาวอุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวคล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ | ประธานกรรมการ
บริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา | รองประธานกรรมการ
บริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ | อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้ทำวิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวอุบลทิพย์ ตั้งมันภูวดล
วันเดือนปีเกิด	16 มีนาคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	544/35 ซอยวัดไผ่เงิน ถนนจันทน์ แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาการบัญชี โรงเรียนตั้งตรงจิตรพณิชยการ
พ.ศ. 2538	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ กรุงเทพมหานครวิทยาลัย
พ.ศ. 2540	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ