

ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

สารนิพนธ์
ของ
ไพโรจน์ แสงตน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552

ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

สารนิพนธ์
ของ
ไพโรจน์ แสงตน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

บทคัดย่อ
ของ
ไพโรจน์ แสงตน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552

ไพโรจน์ แสงดน. (2552). ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขต
จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ กลุ่มตัวอย่างที่
ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ.2547 จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version
11.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์
ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ตัว
แปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 - 39 ปี มี
ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-
20,000 บาท มีสถานภาพโสด และเคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งเมื่อปี พ.ศ.2547 จำนวน 1 ครั้ง

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจทางด้านการต้องการ
คุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการในการยอมรับ
ของสังคม และความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก อยู่ในระดับมาก และผู้บริโภคมี
ความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจทางด้านการต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการผจญภัย และ
ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ อยู่ในระดับปานกลาง และผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยจูง
ใจทางด้านการต้องการความภาคภูมิใจอยู่ในระดับน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทาง
ท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวคือหนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน สิ่งสำคัญใน
การท่องเที่ยวคือความสนุกสนานและเพลิดเพลิน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง
3,001 – 6,000 บาท มีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งคือ 3-4 วัน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็น
พาหนะในการเดินทาง โดยจังหวัดที่ชื่นชอบมากที่สุดคือภูเก็ต

3. ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับ
ความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง อยู่ในระดับดี และจะมีการแนะนำให้บุคคลอื่นมาเที่ยวในเขต
จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

จากการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผู้บริโภคที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกันมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันไม่แตกต่างกัน

3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันไม่แตกต่างกัน

4. ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันไม่แตกต่างกัน

5. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันไม่แตกต่างกัน

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่ามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

MOTIVATION AND BEHAVIORS OF THAI TOURIST TRAVELLING TO
TSUNAMI AFFECTED ANDAMAN'S PROVINCES

AN ABSTRACT
BY
PAIROAT SAWANGTON

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2009

Pairoat Sawangton. (2009). *Motivation and Behaviors of Thai Tourist Travelling to Tsunami Affected Andaman's Provinces* . Master's Project, M.B.A. (management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr.Tanapoom Atiwetin.

The objective of this research is to study the Motivation and Behaviors of Thai Tourist Travelling to Tsunami Affected Andaman's Provinces . The samples of the study were 400 consumers have been to Andaman's Province Affected by the Impacts of Tsunami of the year 2004. The tool used in collecting the data was questionnaire. The statistics used in analyzing the data were percentage, mean, and standard deviation. The difference analyses employed were the t-test independent analysis and the one-way ANOVA analysis. The Least Significant Difference (LSD) method was used to analyze pair differences. Relationship analysis was done by using the Pearson's Correlation Coefficient method. The statistical analyses, the SPSS for Windows version 11.5 were used. The research revealed that

The number of female consumers was higher than male consumers. Most of the consumers were at the age of 30 – 39, held a Bachelor's degree, worked with private companies, had a monthly income of around 10,001-20,000 Baht, single status and have been to Andaman's Province Affected by the Impacts of Tsunami of the year 2004 for 1 time.

By analyzing of data, there are found that;

1. The opinions of tourism demand motivated factors in the Tsunami affected area on Andaman seashore were at high level in the factors of value on travel for tourism, self-discovering of new things internally, being social acceptance, and seeing the way of life of people who is sharing common globe. The tourism demand motivated factors were at medium level among cultural investigations, adventuring, and raising status & reputations of oneself. In addition, the low level was on the demand factor of pride on oneself.

2. The major behaviors of consumer tourists were; traveling with group of friends, relying on tourism information from tour guide books and friends, fun and pleasure being importance for touring, average expenses at 3,001 – 6,000 Baht per trip, average traveling days per trip at 3 – 4 days, traveling by private cars, and Phuket being most favorite province.

3. The after-traveling satisfactions were at good level accounted from the worthiness versus time & efforts, the impression on traveling versus expectations before

traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

By testing of hypothesis, there are conclusions as the following;

1. At the confidence level of 95% (0.5 statistical significance), the difference in genders of consumer had different after-traveling satisfactions on, the worthiness versus time and efforts, the impression on traveling versus expectations before traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

2. The difference in age groups of consumer had not different after-traveling satisfactions on, the worthiness versus time and efforts, the impression on traveling versus expectations before traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

3. The difference in education levels of consumer had not different after-traveling satisfactions on, the worthiness versus time and efforts, the impression on traveling versus expectations before traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

4. The difference in monthly income of consumer had not different after-traveling satisfactions on, the worthiness versus time and efforts, the impression on traveling versus expectations before traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

5. The difference in occupation of consumer had not different after-traveling satisfactions on, the worthiness versus time and efforts, the impression on traveling versus expectations before traveling, and the willingness to recommend others to travel in the Tsunami affected area of on Andaman seashore.

6. At the confidence level of 95% (0.5 statistical significance), there were the relationships between the major behaviors of consumer tourists and the other tourism demand motivated factors. There are; adventuring, self-discovering of new things internally, value on travel for tourism, cultural investigations, seeing the way of life of people who is sharing common globe, being social acceptance, pride on oneself, and raising status & reputations of oneself.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่อง บัณฑิตจบใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของ
ไพโรจน์ แสงตน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ปัญญา มีถาวรกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ อีกทั้ง อาจารย์ ดร. พนิต กุลศิริ และ อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือรวมถึงให้คำปรึกษาและแนะนำในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ด้วยความเคารพยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้กรุณามอบความรู้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์ที่เกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณ บิดา มารดา และบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอนข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

ไพโรจน์ แสงวตน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ตัวแปรที่ศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมติฐานในการวิจัย	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	26
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	32
แนวคิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย	44
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	51
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	123
สังเขปความมุ่งหมาย และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	123
สรุปผลการวิจัย.....	129
อภิปรายผล.....	140
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	142
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	143
บรรณานุกรม.....	144
ภาคผนวก	147
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	148
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	152
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	154
หนังสือขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย.....	155
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	160

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H).....	13
2 แสดงการคำนวณ Completely Randomized Design(CRD)ANOVA	55
3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$	57
4 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
5 แสดงความคิดเห็นต่อบัณฑิตที่มึ่ต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด ชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	62
6 แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
7 แสดงความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่ง อันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขต จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยจำแนกตามเพศ.....	70
9 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุโดยใช้ Levene's Test.....	72
10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุโดยใช้ Brown-Forsythe.....	73
11 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้ Levene's Test.....	74
12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้ Brown-Forsythe.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ย โดยใช้ Levene's Test.....	76
14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยโดยใช้ Brown-Forsythe.....	77
15 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ Levene's Test.....	78
16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ Brown-Forsythe.....	79
17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	80
18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว.....	81
19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว.....	83
20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	84
21 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ จากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	85

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	99
33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	100
34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว.....	102
35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว....	103
36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	104
37 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับ ของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ จากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	105
38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับ ของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ จากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว.....	107
39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับ ของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ จากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว.....	108
40 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับ ของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบ จากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	109
41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	110

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว.....	112
43 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว.....	113
44 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	114
45 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและ เกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผล กระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย.....	115
46 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและ เกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผล กระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว.....	117
47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและ เกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผล กระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว.....	118
48 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและ เกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผล กระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	119
49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	121

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค.....	17
3 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	22

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางหรือการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ดังนั้นประเทศต่างๆ ได้จึงตื่นตัวในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศและภายในประเทศให้มีความต้องการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นหมายถึงจำนวนรายได้ของประเทศนั้นจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานเกือบครึ่งศตวรรษ นับตั้งแต่การก่อตั้งองค์การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งในปี พ.ศ.2522 มีการออกพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยกระดับ อสท. เป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท) จนกระทั่งได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ในปี พ.ศ.2545 ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งก่อตั้งตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ.2545 เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาให้ขับเคลื่อนอย่างเป็นเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน ถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการสร้างรายได้อยู่ในอันดับสูงมาโดยตลอดและประเทศไทยได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่ประสบความสำเร็จจนกลายเป็นแบบอย่างของหลายประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547:5)

ทั้งนี้ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งของโลกที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยในส่วนของบริเวณภาคใต้ชายฝั่งอันดามันของประเทศไทยก็นับได้ว่าเป็นภาคหนึ่งที่สามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก โดยที่ภาคใต้ชายฝั่งอันดามันประกอบด้วย 6 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ตรัง และสตูล โดย 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามันนี้ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญของไทย เพราะมีผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

แต่ก็มีอยู่หลายปัจจัยที่สามารถส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนมีผลทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชายฝั่งอันดามันลดลง อันได้แก่ปัญหาการเมืองที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทุกวัน ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีมานาน และปัญหาภัยธรรมชาติ โดยเฉพาะปัญหาภัยธรรมชาตินี้สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและยากที่จะรู้เท่าทัน ตัวอย่างภัยธรรมชาติที่มีผลต่อจังหวัดชายฝั่งอันดามันมากที่สุดก็คือ ปัญหาคลื่นยักษ์สึนามิที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2547 นับได้ว่าเป็นความรุนแรงที่ยากที่จะประเมินค่าความเสียหายได้

เศรษฐกิจไทยเริ่มทรุดลงหลังถูกคลื่นยักษ์ "สึนามิ" ถล่มเข้าใส่ 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามัน ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ตรัง และสตูล ที่ถือว่าได้ทำลายแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทยเสียหายครั้งร้ายแรงที่สุดอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เนื่องจาก 6 จังหวัดที่ถูกคลื่นยักษ์ "สึนามิ" ถล่ม เป็นจังหวัดที่สร้างรายได้ด้านธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว และอีกมากมาย อาทิ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก/ของชำร่วย เป็นต้น โดยทั้ง 6 จังหวัดดังกล่าว สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมูลค่าสูงถึง 1 ใน 4 ของรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวทั้งหมดแต่ละปี

ที่สำคัญยิ่งกว่านั้น คือความสูญเสียชีวิต ของทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย ที่ไม่อาจประเมินค่าได้ ขณะที่คลื่นยักษ์เข้าถล่มพื้นที่ 6 จังหวัดดังกล่าว เป็นช่วงฤดูท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยว ทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เข้าไปพักผ่อนจำนวนมาก

หลังมหันตภัยสึนามิ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ผ่านพ้นไป ทะเลไทยฝั่งอันดามันเปลี่ยนแปลงในบางส่วนทั้งด้านบวกและด้านลบ ปะการังในบางพื้นที่ได้รับความเสียหาย ในขณะที่คนส่วนใหญ่พูดในทำนองเดียวกันว่าหลังสึนามิทะเลอันดามันสวยงามขึ้น เพราะน้ำทะเลใสขึ้นเป็นอย่างมากทั้งเหนือน้ำและใต้น้ำ และหาดทรายชายทะเลก็ดูขาวสะอาดขึ้น นอกจากนี้โลกใต้ทะเลยังมีฝูงปลาแปลกๆ มาแหวกว่ายให้เห็น ทั้งนี้ทะเลไทยฝั่งอันดามันก็ต้องใช้เวลาอยู่หลายเดือนกว่าที่จะเริ่มมีการปรับปรุงและพัฒนาในส่วนที่เสียหาย โดยเฉพาะเรื่องของการท่องเที่ยวที่ต้องกระตุ้นอย่างหนักเพื่อให้นักท่องเที่ยวหันกลับเที่ยวอันดามันอีกครั้ง ซึ่งทะเลไทยฝั่งอันดามันไม่เพียงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังอย่าง หาดป่าตอง เกาะพีพี เกาะสุรินทร์ เกาะสิมิลัน เกาะตะรุเตา เท่านั้น แต่ทะเลไทยฝั่งอันดามันยังมีแหล่งท่องเที่ยวสวยๆ งามๆ ซ่อนเร้นอยู่มากมาย นับเป็น "อันซีนอันดามัน" ที่เต็มไปด้วยความน่าตื่นตาตื่นใจเป็นอย่างยิ่ง

จากการที่ภาคใต้ชายฝั่งอันดามันมีความสำคัญกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและเป็นข้อมูลในการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดชายฝั่งอันดามันได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ความมุ่งหมายในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้นการศึกษาเพื่อเป็นฐานข้อมูลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้ และช่วยให้หน่วยงานรัฐและเอกชนผู้ประกอบการสามารถเลือกกลยุทธ์ในการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดให้เกิดประสิทธิผลในการโน้มน้าวให้ตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันเพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขต จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยขนาดตัวอย่างใช้ สูตรการหาขนาดตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไววนิชกุล; และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542 : 104) ได้กำหนดตัวอย่างจำนวน 385 คน สุ่มไว้ 15 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในการเลือก กลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการในการเดินทางไปยังจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ซึ่งมี 4 แหล่ง ได้แก่

- 1.1 สถานีขนส่งสายใต้ใหม่
- 1.2 ท่าอากาศยานดอนเมือง
- 1.3 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 1.4 สถานีรถไฟหัวลำโพง

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยคำนวณหา จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในสถานีขนส่งสายใต้ใหม่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิและสถานีรถไฟหัวลำโพง จากขั้นตอนที่ 1 โดยกำหนดสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละ สถานที่ให้มีจำนวนเท่ากัน ดังนี้ คือ

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} = \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนสถานที่ที่ถูกเลือก}}$$

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} = \frac{400}{4}$$

$$= 100 \quad \text{ตัวอย่าง}$$

ขั้นที่ 3 การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการ แจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้กับนักท่องเที่ยวไทยที่ เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระในการวิจัย(Independent Variables) ได้แก่

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 เพศ

1.2 อายุ

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.4 อาชีพ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ปัจจัยสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตัวแปรตามในการวิจัย (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาครั้งนี้ ได้นิยามศัพท์ เพื่อกำหนดความหมายในการทำความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

1. “นักท่องเที่ยว” หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน
2. “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษา หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ แต่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพและตั้งถิ่นฐานเป็นการถาวร
3. “จังหวัดชายฝั่งอันดามัน” หมายถึง จังหวัดใดจังหวัดหนึ่งที่รวมอยู่ใน 6 จังหวัดดังต่อไปนี้ ได้แก่ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ตรัง และสตูล
4. “ปัจจัยจูงใจ” หมายถึง มูลเหตุที่เป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ ได้แก่
 1. ความต้องการผจญภัย ได้แก่ การมีกิจกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว และอยากทดลองกับกิจกรรมที่ไม่เคยลองมาก่อน
 2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน การท่องเที่ยวเป็นการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต และความอยากรู้อยากเห็นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว
 3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความประทับใจจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว
 4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้น และการท่องเที่ยวทำให้ได้ศึกษาภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น
 5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ได้แก่ การท่องเที่ยวทำให้เห็นความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น การท่องเที่ยวทำให้เห็นสิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น และการท่องเที่ยวทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นนั้น
 6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ได้แก่ การเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ชื่นชอบ การเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ได้รับการยอมรับจากคนที่กำลังติดต่ออยู่ และการไม่यरารู้สึกเหมือนเป็นคนแปลกหน้าในขณะท่องเที่ยว
 7. ความต้องการความภาคภูมิใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น การท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตร การท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ญาติมิตรมาขอคำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปมา และการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้ภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อยกฐานะและความมีเกียรติในสังคม และการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของผู้เดินทางเอง

5. “พฤติกรรมการท่องเที่ยว” หมายถึง การตัดสินใจการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมา ได้แก่ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่เน้นที่สุดในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

6. “ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย” ได้แก่ เดินทางคนเดียว ครอบครัว และเพื่อน

7. “แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว” ได้แก่ มัคคุเทศก์ หนังสือการท่องเที่ยว เพื่อน และคนในพื้นที่

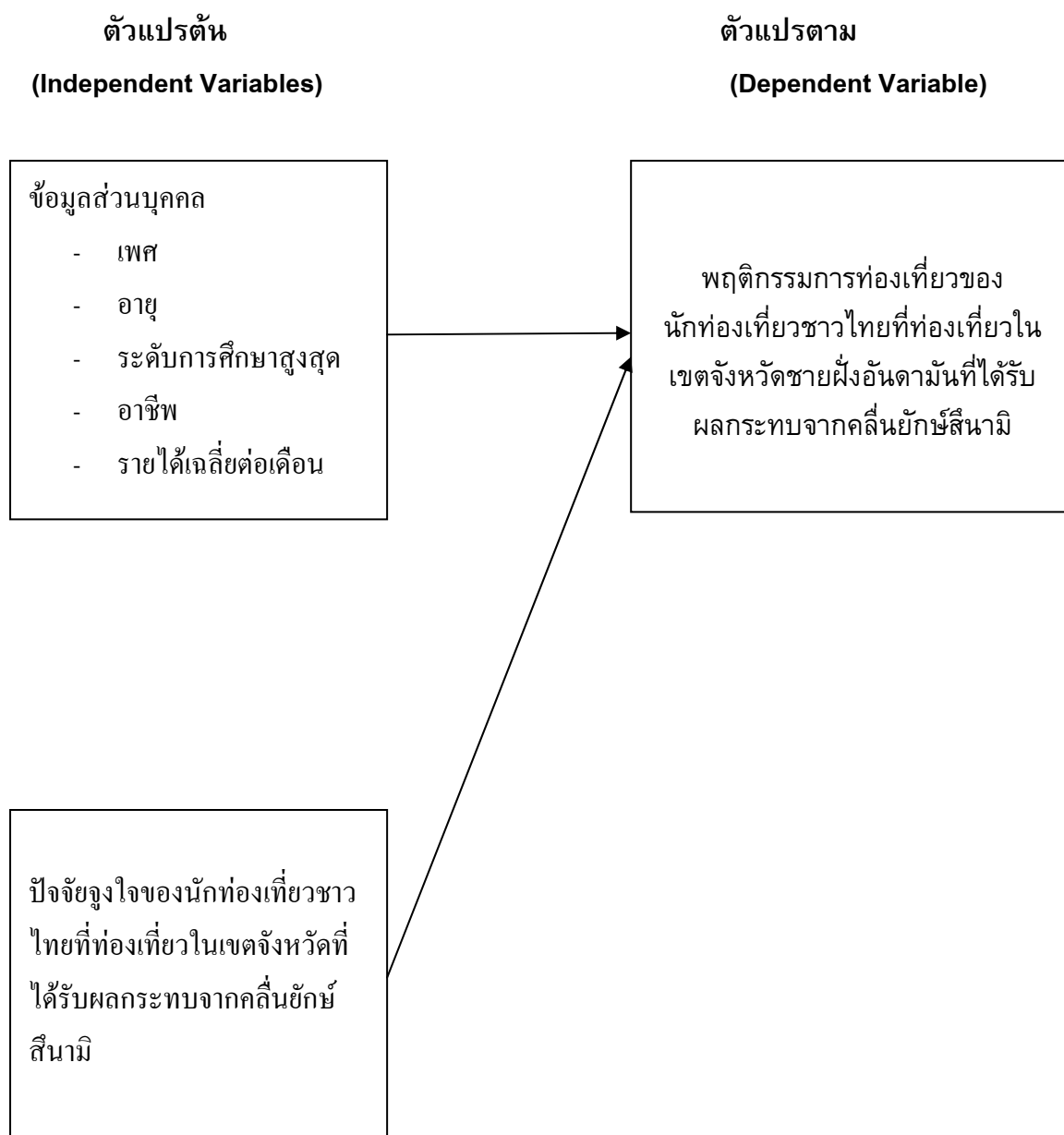
8. “สิ่งสำคัญที่เน้นที่สุดในการท่องเที่ยว ” ได้แก่ ความเป็นอยู่ที่หรูหรา ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน และการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว

9. “พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ” ได้แก่ รถยนต์ส่วนตัว รถตู้เช่า รถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน และรถไฟ

10. “ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ” ได้แก่ ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ สามารถแสดงกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

2. ปัจจัยจูงใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร กรอบแนวความคิด และแนวทางในการดำเนินงานวิจัย โดยได้กำหนดประเด็นในการนำเสนอ ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 41- 42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศึกษาศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดควรต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม การบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่สตรีทำงานมีมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพ (Income, education occupation and status) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่างๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันมากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพร่วมกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

อีเกิ้ลและโรเจอร์ (Egel;&Roger.1993) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน การจัดหา การใช้ และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูดอนและเดลลา (Loudon;&Della.1993) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลกระทำเมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) ครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consume) สินค้าและบริการ (Goods and Services)

ชิฟมานและคานุค (Schiffman;&Kanuk.2000 : G-3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

โซโลมอน(Solomon. 2002 : 528) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสพการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2535 (2525 : 580) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค ว่า การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2526 : 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2526 : 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านั้น

โดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น จึงควรทำความเข้าใจถึงความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

ลูกค้า (Customer) หมายถึง บุคคลผู้ที่ทำการซื้อหรือคาดว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งผู้ซื้อ อาจจะไม่ได้เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ก็ได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาลูกค้าประเภทบุคคล คือ

ลูกค้าบุคคล (Personal Customer) หมายถึง ผู้ซึ่งซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว

ผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้าย หรืออาจหมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ส่วนตัวและครอบครัว หรือการใช้ขั้นสุดท้ายสำหรับตลาดสินค้าบริโภค (Consumer market) หนังสือเล่มนี้จะมุ่งความสำคัญที่ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัวหรือครอบครัว แต่อย่างไรก็ตามหลักเกณฑ์และทฤษฎีต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกรณีที่เป็นผู้ใช้ขององค์กรด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550 : 10)

ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 30)

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาด ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของตนเองและครอบครัวหรือซื้อเพื่อสร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ แต่อย่างไรก็ตามในแง่ของนักการตลาด ไม่สามารถสรุปว่าทุกคน คือ ผู้บริโภคของกิจการ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดองค์ประกอบของผู้บริโภคที่จะเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ (ยุทธนา ธรรมเจริญ. 2541 : 5)

1. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีความต้องการ (Needs)
2. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)
3. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)
4. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า นักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะนำเสนอ นั้นใครคือ ลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อบ่อยครั้งเพียงใด

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาหลักเกณฑ์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO, WHAT, WHY, WHO, WHEN, WHERE และ HOW เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 70s ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANT, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATION, OCCASION, OUTLETS and OPERATION มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 70s ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (70s)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา หรือ จิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัด จำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมและ สามารถตอบสนองความ พึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (70%)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ต้องการจาก ผลิตภัณฑ์ก็คือคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความ แตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ราคาสินค้า รูปแบบการบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความ แตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ(Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความ ต้องการของเขาด้านร่างกายและ ด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1.ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยา 2.ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3.ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2.กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การ โฆษณา การขายโดยใช้ พนักงานขายการส่งเสริมการ ขาย และการประชาสัมพันธ์ 3.กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4.กลยุทธ์ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย(Distribution strategies)

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (70s)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง(Organization) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1.ผู้ริเริ่ม 2.ผู้มีอิทธิพล 3.ผู้ตัดสินใจซื้อ 4.ผู้ซื้อ 5.ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใด ช่วงโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะส่งคนกลางอย่างไร
7.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1.การรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินผลทางเลือก 4.การตัดสินใจซื้อ 5.ความรู้สึกละหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาขาย โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งจะเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนองดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี แสดงในภาพประกอบ 2

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสม ผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาคุณค่าเป้าหมาย

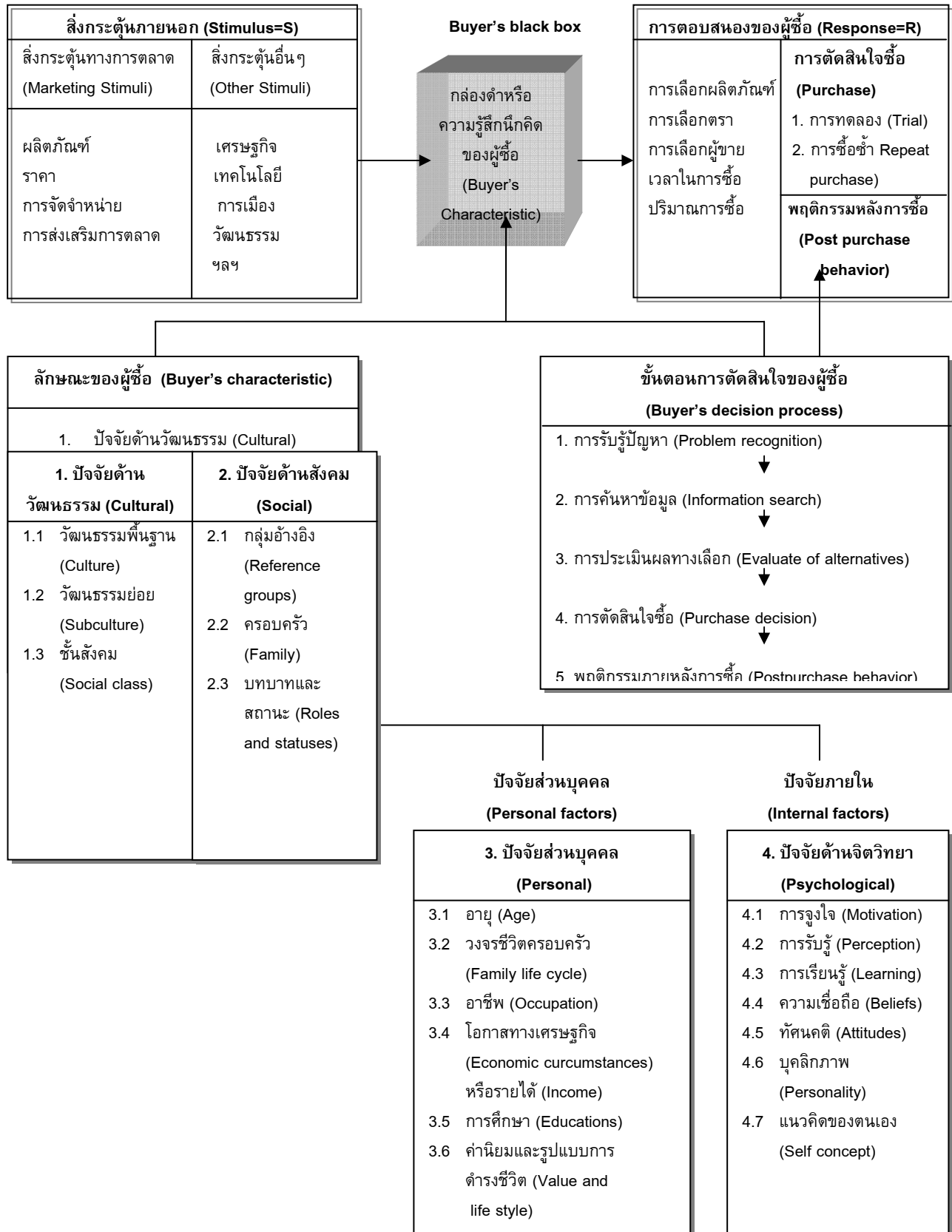
1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายาม ของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของ ผู้บริโภคเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้าน ฝากถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น



ภาพประกอบ 2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ.(2546) การจัดการตลาด หน้า.198. (ปรับปรุงจาก Kotler. (2003) MKModel P.184.

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Low หรือ Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการซื้อของผู้บริโภค

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเทียบเหมือน กล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

ปัจจัยสำคัญ (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเทียบเหมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือ ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมหนึ่ง

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือกลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน และกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่น การเผยแพร่ศาสนาคริสต์แก่กลุ่มวัยรุ่น จะใช้ นักร้องชั้นนำของไทยที่วัยรุ่นโปรดปรานร้องเพลงเผยแพร่ศาสนา

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อ ทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักร้อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการ ทักษะและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วงจรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ปรชชานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีบุคคลในอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้และการออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้น้อย กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ค่านิยมอาจจะจัดประเภทตามลักษณะของค่านิยมเป็น 2 กลุ่มคือ ค่านิยมในจุดหมายปลายทางของชีวิต (Terminal Values) และค่านิยมเกี่ยวกับเครื่องมือช่วยให้เกิดพฤติกรรม (Instrumental Values)

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย (1) การจูงใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือและทัศนคติ (5) บุคลิก (6) แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังผลักดัน (Drive) ที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

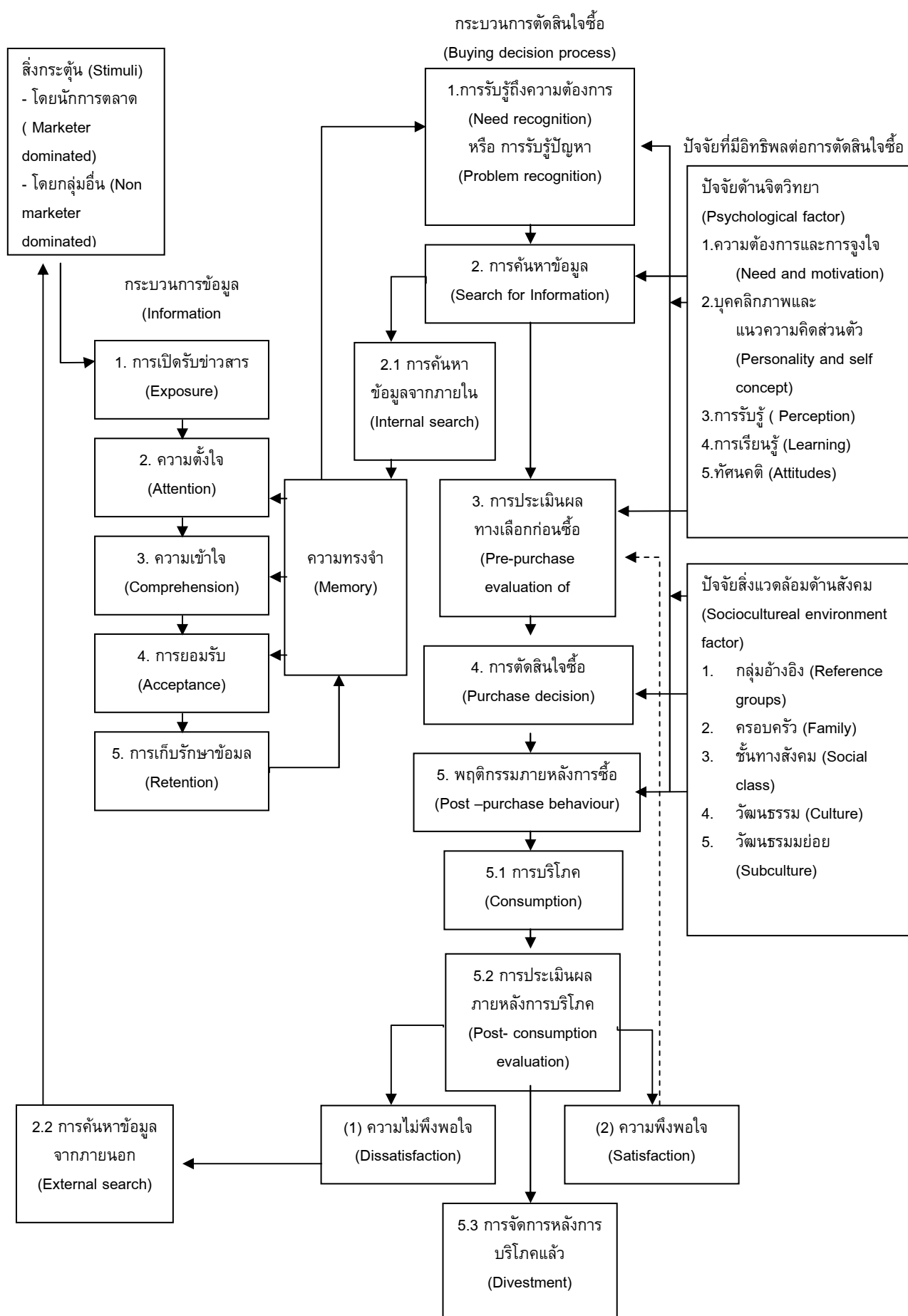
4.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายของข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ(หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎี สิ่งกระตุ้น การตอบสนอง (Stimulus-Response [SR] Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์การใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นอาจมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าบนสายตาลูกค้า ตัวอย่าง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่างจะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าของแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้าก็就不用เกิดการทดลอง ซื้อสินค้าที่แถม

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่าน้ำมันเอสโซ่มีพลังสูงโดยใช้สโลแกนว่าจับเสือใส่ถังพลังสูง เป๊ปซี่สร้างให้เกิดความเชื่อว่าเป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไรสารตะกั่วในช่วงแรกผู้บริโภคเกิดความเชื่อว่าการใช้น้ำมันไรสารตะกั่วมีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบที่นักการตลาดต้องรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาด

4.5 ทักษะ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทักษะเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทักษะ จากการศึกษาพบว่าทักษะของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน



ภาพประกอบ 3 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Model of the consumers buying decision process) การรับรู้ถึงความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล หรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ กระบวนการข้อมูลโดยอาศัยสิ่งกระตุ้น การประเมินผลทางเลือก การซื้อ และการบริโภคและการประเมินผลภายหลังการบริโภค และหลังจากบริโภคแล้ว (Balckwell; Miniard ;& Engel. 2006 : 83,85)

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อพบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนหน้าก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริงๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือ การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลระลึกถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่กับสิ่งที่เขาต้องการ (Kerin; Hartley ;& Rudelius. 2004 : 100) ซึ่งเกิดจาก (1) ตัวแปรภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยาประกอบด้วย ความต้องการและการจูงใจ บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนตัว การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ (2) ตัวแปรภายนอก หรือปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชนทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการกำหนดความต้องการของแต่ละบุคคล

2. การค้นหาข้อมูล (Search for information) หรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Prepurchase search) เมื่อบุคคลได้รับรู้ถึงความต้องการแล้ว เขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบสนอง ซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ 2 ทางคือ

การค้นหาข้อมูลจากภายใน (Internal search) โดยทบทวนความทรงจำในอดีตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าที่ตนเองเคยซื้อ

การค้นหาข้อมูลจากภายนอก (External search) ซึ่งสามารถค้นหาได้จาก 5 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งบุคคล (Personal sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น
2. แหล่งการค้า (Commercial sources) หรือแหล่งข้อมูลที่จัดโดยนักการตลาด (Marketer- dominated sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย เป็นต้น
3. แหล่งชุมชน (Public sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

4. แหล่งประสบการณ์ (Experiential sources) ได้แก่ การควบคุม การตรวจสอบการใช้สินค้าเป็นต้น
5. แหล่งทดลอง (Experimental sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

สินค้าและบริการที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ ผู้ซื้ออาจใช้การค้นหาข้อมูลจากภายในโดยการเลือกตราสินค้าที่ตนเองรู้จักหรือเคยใช้มาก่อน ดังนั้นนักการตลาดจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ส่วนสินค้าและบริการที่ต้องใช้ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูง นักการตลาดต้องใช้ความพยายามในการขายและส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้บุคคลมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้น

ในขั้นตอนการรับรู้ถึงความต้องการและการค้นหาข้อมูลเหล่านี้ ผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการข้อมูล

กระบวนการข้อมูล (Information processing) หมายถึง กระบวนการซึ่งมีการรับรู้ (Received) ถึงสิ่งกระตุ้น (Stimulus) การตีความหมาย (Interpreted) การเก็บรักษาในความทรงจำ (Store in memory) และการนำกลับมาใช้ภายหลัง (Retrieved) (Blackwell; Miniard ;& Engel. 2006 : 77) เมื่อผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลจากภายนอก ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้นต่อนักการตลาด เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และสิ่งกระตุ้นโดยกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่ นักการตลาด เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะส่งผลต่อกระบวนการข้อมูลของผู้บริโภค โดยรายละเอียดดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสาร (Exposure) หมายถึง การที่บุคคลมีการรับรู้จากสิ่งกระตุ้นโดยผ่านประสาทสัมผัสหนึ่งอย่างขึ้นไป ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส ได้สัมผัส
2. ความตั้งใจ (Attention) เป็นขั้นที่ผู้รับข่าวสารเกิดความตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสารนั้นต่อไป ถ้าข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดรับในขั้นที่หนึ่งน่าสนใจ
3. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นขั้นที่ผู้รับข่าวสารเกิดความเข้าใจในข่าวสารที่เขาได้ตั้งใจฟัง
4. การยอมรับ (Acceptance) ในขั้นนี้ข่าวสารจะมีผลกระทบต่อทัศนคติ ความเชื่อ และความรู้สึกของผู้รับข่าวสาร เพื่อให้ผู้รับข่าวสารเกิดการยอมรับข่าวสารนั้นด้วยความเต็มใจ
5. การเก็บรักษา (Retention) เป็นการส่งข้อมูลที่ยอมรับสู่ความทรงจำระยะยาว (Blackwell; Miniard ;& Engel. 2006 : 79) โดยผู้รับข่าวสารสามารถจดจำข่าวสารที่ได้รับมา

2. การประเมินผลทางเลือก (Alternative evaluation) หลังจากที่ได้ค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องของความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้า แบบ หรือสี เป็นต้น จากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ ถ้าทางเลือกที่เป็นไปได้มีเพียงทางเลือกเดียว การประเมินผลก็ทำได้ง่าย แต่บางครั้งทางเลือกที่เป็นไปได้มีหลายทางเลือก ฉะนั้นผู้บริโภคจึงต้องพิจารณาทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นนักการตลาดส่วนใหญ่จึงสนใจที่จะศึกษาถึงเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการประเมินผลทางเลือกต่างๆ

เกณฑ์การประเมินผลมีการกำหนดขึ้นมา และได้รับอิทธิพลจากความแตกต่างของแต่ละบุคคล ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยด้านจิตวิทยาและอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งปรากฏในรูปของสิ่งจูงใจ (Motives) ค่านิยม (Value) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และอื่นๆ

3. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หลังจากการประเมินผลทางเลือกแล้ว จะเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การซื้อโดยทั่วไปเกิดขึ้นในร้านค้าปลีก แต่อย่างไรก็ตามอาจเกิดขึ้นในบ้านหรือสำนักงานของลูกค้าก็ได้

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-purchase behaviour) หรือผลลัพธ์ภายหลังการซื้อ (Postpurchase outcome) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจริง (Perceived value) จากการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง (Expectation) ถ้าคุณค่าได้รับมากกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะมีการจัดการผลิตภัณฑ์นั้นหลายวิธี ได้แก่ กำจัดทิ้ง รีไซเคิล เป็นต้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการทางการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องมีการวัดผลอย่างเป็นระบบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า เพราะความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ ความก้าวหน้าของงานบริการมีปัจจัยที่สำคัญคือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารจะต้องศึกษาถึงปัจจัยและองค์ประกอบที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านการตลาด ความต้องการในการทำให้ลูกค้าพึงพอใจจะขยายธุรกิจให้ได้รับส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น เกิดการซื้อซ้ำและเป็นธุรกิจที่ได้รับอ้างอิง ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น

ความหมายของความพึงพอใจ

สำหรับความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า มีผู้ศึกษา และให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ฮิลและอเล็กซานเดอร์ (Hill ;& Alexander.2000) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการวัดว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับใด โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อมนุษย์สามารถสนองความต้องการได้โดยการลดความตึงเครียดลง และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นของคนที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น

วรูม (Vroom.1964 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

มอส (Morse.1958 : 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เมনার์ ดับบิล เชลลี (Maynard W.Shelly.1964 : 9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544:19) “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “satisfaction” ความหมายโดยทั่วไปคือ “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ “consumer satisfaction” ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามเป็น 2 นัย คือ

1. ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อ”
2. ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

สำหรับความหมายที่พบใช้อย่างแพร่หลาย โอลิเวอร์ (Oliver) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ” ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า” “ความไม่พอใจ หมายถึง ภาวะการที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาดและจากข้อมูลผู้แข่งขัน เป็นต้น ถ้านักการตลาดนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริง จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริง และเมื่อผู้บริโภคพบว่า การทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ (การทำงานของผลิตภัณฑ์) ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total customer satisfaction) สิ่งสำคัญประการหนึ่งก็คือ นักการตลาดจะต้องค้นหาและวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept)

ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

นพรัตน์ ศรีสวัสดิ์ (2547: 36-37) เพอร์สัน (Person. 1993:14) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในงานบริการว่า คือ การที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเมื่อเกิดการซื้อหรือการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้น โดยจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะอยู่ในขั้นสุดท้าย คือ ขั้นของการประเมินผลหลังการซื้อ (Evaluation Stage) ความพึงพอใจจะเกี่ยวข้องกับการที่ผู้ขายสามารถให้ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างพอเพียง ความพอเพียง (Adequacy) ของความพึงพอใจเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการซื้อสินค้า

ฟิตซ์เจอร์าลด์ และดูรานท์ (Fitzgerald ;& Durant. 1980: 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วย

ทั้งนี้ ยังมีความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีผู้ศึกษาได้แยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับความคาดหวัง

คอตเลอร์ (Kotler. 2000) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้า ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบผลประโยชน์ของหน้าที่ของสินค้า หรือการทำงานของสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และการกระทำจริง การประเมินที่เป็นบวกจะมีผลเป็นพึงพอใจ และการประเมินที่เป็นลบจะมีผลไม่พึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับสิ่งเรา

กฤษณะ สินธุเดชะ (2538) และอัจฉนา โทบุญ (2534) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยา ด้านความรู้สึกต่อสิ่งเราที่มากกระตุ้นและสิ่งจูงใจ ซึ่งจะแสดงออกทางพฤติกรรมและเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล

3. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกหรือทัศนคติกับสิ่งที่ได้รับ

กู๊ด (Good. 1973) ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงสภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

4. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์กับความคาดหวัง

ฟอเนล (Fornell. 1992) ได้ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ซื้อ มีความพึงพอใจมากกว่าหรือน้อยกว่า ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้สินค้าเทียบกับความคาดหวัง

ความพึงพอใจของลูกค้า เกิดขึ้นโดยการแสดงออกทางสายตา คำพูด หรือท่าทาง บ่งบอกว่ามีความสุข และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกใน 2 ด้านของบุคคล คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกจะเกิดเมื่อบุคคลมีความสุข และมีโอกาสเกิดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกชนิดอื่น ส่วนความรู้สึกทางลบจะเกิดขึ้นเมื่อมีความผิดหวัง เกิดขึ้น โดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกมีความสุขเมื่อบุคคลได้รับผลสำเร็จตามเป้าหมาย หรือความต้องการที่มีการจูงใจ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสินค้าหรือบริการตรงกับความต้องการ หรือเกินสิ่งที่คาดหวังไว้ แต่ความรู้สึกพึงพอใจจะไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือเป้าหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง

ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่ำจะมีการหมุนเวียนสูง มีต้นทุนการหาทดแทนสูง และเป็นการยากที่จะดึงดูดลูกค้าที่มีความพอใจกับคู่แข่งมา ทำให้มีต้นทุนการหาลูกค้าใหม่สูง ความพึงพอใจที่สูงจะทำให้จะลดต้นทุนในการติดต่อในอนาคต ถ้ากิจการมีการรักษาลูกค้าเดิมไว้สูง ก็ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินจำนวนมากในการหาลูกค้าใหม่ ลูกค้าที่พึงพอใจจะเพิ่มกำไรให้โดยการซื้อซ้ำ แสดงถึงความจงรักภักดี และจะมีความอ่อนไหวต่อราคาน้อย ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดสูงขึ้น (Yueng ;& Ennew. 2000; Reichheld ;& Sasser. 1990)

จากการศึกษาความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยด้านความรู้สึก หรือทัศนคติซึ่งมีต่อสิ่งเร้าหรือความคาดหวังที่ได้รับ แล้วแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ทั้งนี้มีทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ลูกค้าจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคลว่า ได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมาก หรือเกินความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ

พฤติกรรมมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอ ที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย ความลำบาก บางอย่างเป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจจะไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดเป็นความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของ ซิกมันด์ فروยด์ และทฤษฎีของอับราฮัมมาสโลว์ (Kotler;& and Armstrong. 2002)

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้ที่ใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สาโรช ไสยสมบัติ.2534 : 15)

ยิ่งกว่านั้น การให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดความประทับใจ ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (ไทยประกันชีวิต จำกัด.2539 : 7)

การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ.2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการ และหลังการรับบริการ จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถที่จะวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้นสามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง และการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

เวเบอร์ (Weber, 1966 : 32) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอเป็นพิเศษ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

มิลเลต (Millet, 1954 : 397) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Services) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Services) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Services) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เมย์นาร์ด ดัลเบ็ลยู เชลลี (ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์, 2538 : 9; อ้างอิงจาก Maynard W. Shelly) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปคือ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอรับรองหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นเป็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะช่วยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์ นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการอย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น สามารถทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

นันทนาการ(Recreation) คืองานบันเทิงหรือการพักผ่อนหย่อนใจทั่วไปจะทำขึ้นในยามว่าง เป็นความสนุกสนานเฉพาะตัวที่สามารถเลือกได้ จึงเป็นกิจกรรมเฉพาะ ทำให้เกิดความพอใจ หรือเกิดความสุขใจ แก่บางคน บางกลุ่ม บางเหล่า เท่านั้น

การเดินทาง (Travel) หมายถึงการเดินทางผ่านหรือการวางแผนการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยใช้นานพาหนะ อาจเป็นระยะทางใกล้ๆ ระยะทางไกล หรือสถานที่อื่นนอกประเทศ รวมทั้งการเคลื่อนไหวทุกชนิดโดยไม่สนใจในจุดมุ่งหมายแต่อย่างใด

นอกจากนี้นักเดินทางจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือทัศนคติของผู้เดินทางด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์(2542) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วินิจ วีรยางกูร (2532: 6-7) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ 3 ประเภท คือ

นักท่องเที่ยว (Tourists) คือผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และการมาเยือนมีวัตถุประสงค์

- เพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบศาสนกิจ และการกีฬา
- เพื่อธุรกิจ
- เพื่อเยี่ยมครอบครัว
- เพื่อราชการ
- เพื่อเข้าประชุม

นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่เกิน 24 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ชื้ออยู่เป็นประจำวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542: 6-7) กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่จะมีผลทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมการณ์การบริโภคและพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่อไปนี้

4.2.1 ปัจจัยภายในตัวบุคคล หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ที่เป็นสาเหตุและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทาง และบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านความต้องการพักผ่อนของบุคคล การรับรู้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเรียนรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ความเชื่อในสถานการณ์ข้อมูลที่ได้เคยพบเห็น ทศนคติต่อจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว บุคลิกภาพภายในของแต่ละบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และมีอิทธิพลเชิงลึกต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

4.2.2 ปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทาง หรือไม่เดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะการทำงาน สถานภาพและวัฏจักรครอบครัว ลักษณะการบริโภคของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยทางเศรษฐกิจในครัวเรือนและเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมาย

ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสาร และเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

4.2.3 ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่เป็นความต้องการจำเป็น (needs) ทางด้านร่างกาย และจิตใจของมนุษย์ทุกคน ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ที่กล่าวว่า มนุษย์มีลำดับขั้นของความต้องการจำเป็นอย่างต่อเนื่อง หากความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นต่อไป ลำดับขั้นความต้องการจำเป็นเหล่านี้ได้แก่

4.2.3.1 ความต้องการจำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัยและสุขอนามัย

4.2.3.2 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความปลอดภัย การคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ได้รับการบริการที่ซื่อสัตย์

4.2.3.3 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความสัมพันธ์ และได้รับการยอมรับในสังคม ได้รับความรัก ความเข้าใจ ให้ความสำคัญ ยกย่อง เอาใจใส่จากกลุ่มเพื่อน

4.2.3.4 ความต้องการจำเป็นในเรื่องเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรี ความมีหน้าตา และสถานะทางสังคม เป็นแรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี หรือได้พบเห็นทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่เป็นเกียรติมากกว่าคนอื่น

4.2.3.5 ความต้องการจำเป็นในเรื่องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิตที่พึงกระทำได้ตามศักยภาพ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของตน ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจที่มีเป้าหมายสูงสุด และแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

มูลเหตุหรือปัจจัยจูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548: 139-141) กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยสัญชาตญาณอยู่แล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา พอจะสรุปถึงมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับล้านๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ กัน มี 8 ประการดังต่อไปนี้

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา ขี่ช้าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านั้น

2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ จะได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หรือประทับใจจากการเดินทางเท่ากับเกิดคุณค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกันทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น นอกจากนี้ยังได้ศึกษาภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปมีความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ในประเทศเขตร้อนกับในเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร นอกจากนั้นยังต้องการเที่ยวชมสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น

6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมากถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาทำความรู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขาารู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับตัวเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H. Maslow ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม

7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตร ถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว ญาติมิตรอาจมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เขาได้ไปมา

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทำธุรกิจ เข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา ประกอบศาสนกิจ เยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

4.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ชิตจันทร์ หังสูตร (2532: 9-3) ได้จัดประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยวตามหนังสือ “หลักวิชาการท่องเที่ยว” โดย ม.ล.ต๋อย ชุมสาย มีดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก เป็นการท่องเที่ยวโดยใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ทิวทัศน์อันสวยงาม ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสบบอารมณ์ และอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความสนุก
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาวันหยุดเพื่อพัก โดยไม่ทำอะไร เพื่อขจัดความเมื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งทางกายและทางใจที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบวันใหม่
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการใช้เวลาในการท่องเที่ยวแสวงหาความรู้ด้านวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ หรือเพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแ่งมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา หรือเพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ
 - 4.1 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ ฟุตบอลโลก
 - 4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้น ๆ เช่น สกิ เรือใบ ล่าสัตว์ ตกปลา กอล์ฟ
5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะจัดเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติภาระกิจ ไว้สำหรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีกสัก 2-3 วัน
6. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา ในการจัดวาระการประชุมทั้งหลาย ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ที่ ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ ซึ่งการจัดประชุมแต่ละครั้งมักจะเลือกสถานที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ประชุม เช่น พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่
7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปศึกษาหรือทำวิจัยในด้านสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา ซึ่งพักอาศัยอยู่ในสถานที่ศึกษานั้น ๆ เป็นเวลานาน ซึ่งในช่วงพักหรือหยุดก็จะกลายเป็นนักท่องเที่ยวไปโดยปริยาย

4.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ในหลายๆ ประการตามที่ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์(2531:88-90) กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น
2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียนหรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและเวลาคงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

4.5 การท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ

จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวทำให้เกิดนักท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเอง และครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยกำหนดว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อไร หยุดท่องเที่ยวที่ใดบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามที่ปรารถนา โดยบริการต่างๆ ระหว่างทางและปลายทาง จะเป็นผู้กำหนด
2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคนหรือกี่คนก็ตามซึ่งมิได้นัดกัน โดยเสียค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรมและการบริการอื่นๆ โดยกำหนดไว้เป็นรายการที่แน่นอน การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ก็ขาดอิสระไปบ้าง ในเรื่องสถานที่อยากไปเที่ยว และต้องทำการต่างๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ได้เป็นคาบเวลาอย่างน้อยเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป
- การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 10-12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานซึ่งไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นานๆ
- การท่องเที่ยวแบบทัศนจร ซึ่ง IUOTO ได้กำหนดว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้ที่อยู่ใกล้ๆ พรอมแดน จะมีทัศนจรข้ามพรอมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว
- การท่องเที่ยวจัดจำแนกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเดินทาง(Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว
- การท่องเที่ยวแบบบวกกับแบบลบ(Receptive and passive tourism) ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งและนำเงินตราต่างประเทศมาใช้ในประเทศนั้นจัดเป็นการท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศการท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น

4.6 ประเภทของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2540:18) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ

- 1.ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น
- 2.ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของชาติ ได้แก่ วัด โบราณ อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง ออนุสาวรีย์ เป็นต้น
- 3.ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก สภาพชีวิตในชนบท ศูนย์วัฒนธรรม วินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผักผลไม้ เป็นต้น

4.7 แผ่นดินไหวและสึนามิ

แผ่นดินไหว คือปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเคลื่อนตัวโดยฉับพลันของแผ่นเปลือกโลก ส่วนใหญ่แผ่นดินไหวมักเกิดตรงบริเวณขอบของแผ่นเปลือกโลกเป็นแนว แผ่นดินไหวของโลก การเคลื่อนตัวดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากชั้นหินหลอมละลายที่อยู่ภายใต้เปลือกโลกได้รับพลังงานความร้อนจากแกนโลกและลอยตัวผลักดันให้เปลือกโลกตอนบนสั่นตลอดเวลา ซึ่งแผ่นดินไหวสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งบกและในน้ำ

เมื่อเกิดแผ่นดินไหวบนบกอย่างรุนแรง อาจทำให้เกิดแผ่นดินแยก ตึก อาคาร บ้านเรือน ภูเขา เขื่อน พังทลาย ทำให้เกิดภัยพิบัติหลายอย่าง ส่วนแผ่นดินไหวในน้ำก็สามารถทำให้เกิดภัยพิบัติเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นบนบก แต่มีพิเศษที่มากกว่าอย่างหนึ่งคือ การทำให้เกิดคลื่นยักษ์ใต้น้ำ หรือที่เรียกว่า “สึนามิ” ซึ่งเคลื่อนตัวด้วยความเร็วพองๆ กับเครื่องบินเลยทีเดียว

ขนาดของความรุนแรงของแผ่นดินไหว เรียกเป็น “ริคเตอร์” เราสามารถรับรู้ว่ามีแผ่นดินไหวเมื่อเกิดความแรงของแผ่นดินไหวเท่ากับ 2 ริคเตอร์ขึ้นไป ซึ่งความรุนแรง 5 ริคเตอร์จะรุนแรงเท่ากับระเบิดปรมาณูลูกแรกที่ถูกสร้างขึ้นมาในโลก ความแรงของแผ่นดินไหวแต่ละริคเตอร์ที่เพิ่มขึ้นจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็น 10 เท่าเสมอ ยกตัวอย่างเช่น ความรุนแรง 5 ริคเตอร์รุนแรงเท่ากับแรงระเบิดปรมาณู 1 ลูก เมื่อความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็น 6 ริคเตอร์ ณ บริเวณที่แผ่นดินไหว ความรุนแรงจะเท่ากับแรงระเบิดปรมาณู 10 ลูก แผ่นดินไหวที่ทำให้เกิดอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและสิ่งก่อสร้างได้ต้องมีความรุนแรงระดับ 5 ขึ้นไป

สึนามิเกิดจากการระเบิดของภูเขาไฟใต้น้ำหรือการทิ้งระเบิดปรมาณูลงใต้น้ำก็ได้ คลื่นยักษ์ใต้น้ำนี้เมื่อเคลื่อนที่ในน้ำและไม่มีอะไรขวางกั้นก็ไม่เกิดอันตราย แต่เมื่อมีสิ่งกีดขวางก็จะทำให้เกิดแรงปะทะอย่างรุนแรง หากคลื่นนี้วิ่งถึงฝั่งด้วยความเร็วสูงก็จะวิ่งเลยขึ้นไปซัดตึก อาคารบ้านเรือน และทุกสิ่งที่ขวาง ถ้าแผ่นดินไหวใต้น้ำรุนแรงมากขนาดของคลื่นก็จะใหญ่มาก แรงปะทะกับสิ่งกีดขวางก็จะรุนแรงมากเช่นกัน

5. แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นฤมล สมิตินันท์ (2527 ช 38-39) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคนซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อความต้องการแสดงสถานภาพของตนในสังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากมีประสบการณ์แปลกๆใหม่ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรม สัตว์ชาติญาณที่คล้ายกันบ้าง แตกต่างกันบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบายพฤติกรรมในการเดินทางของมนุษย์สรุปได้ดังนี้

1. ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับประชาชนโดยทั่วไป สังคมในรูปแบบใหม่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะ ความกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด และหาความสดชื่น

2. เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์แสงแดด ความอบอุ่นหรือไปตามคำแนะนำจากแพทย์

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่ การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้ที่สนใจติดตามการดูการแข่งขันกีฬา ทำให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆ เพื่อเล่นกีฬาตามฤดูกาล นักดูกีฬาเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อติดตามดูการแข่งขัน เช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิสกำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการแข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน เป็นต้น

4. เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเหนือสิ่งอื่นใด คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง อาทิเช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่ม การไปฟังดนตรี การไปชายหาด การไปต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวยุคและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีความกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินสนุกสนาน ดังนั้นการจัดรายการท่องเที่ยวต่างเล็งเห็นเรื่องนี้ มักจะเน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5. เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยวเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คนวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละชาติ อาทิเช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี วรรณคดี ระบายพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่างๆ ของแต่ละท้องถิ่น

6. เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นมีเหตุผลต่างกัน ไปบางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพันๆกิโลเมตรเพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของการดำเนินชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นมาเสมอ

7. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลและได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้ง

8. เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพมีผู้คนจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

ในงานวิจัยนี้ได้นำเสนอพฤติกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ จากแนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว(นฤมล สมิตินันท์) ซึ่งทำให้สามารถนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศศิธร สามารถ(2545: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมในโรงแรม ใช้เวลาว่างวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทาง ชอบกิจกรรมดำน้ำ/ชมปะการัง จำนวนเงินที่ใช้ในระหว่างการท่องเที่ยว 4,001 – 5,000 บาท สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว พักอยู่ในกระบี่ประมาณ 3 – 5 วัน มีความตั้งใจว่าในอนาคตจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อย่างแน่นอน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และพฤติกรรมที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สิริจิตรา ฤกษ์ปาย (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามตัวแปร เพศ อายุและอาชีพ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คัตฉณการ์ วรภัฏฐณเกียรติ (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด ผลการศึกษารูปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์คือเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว สถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะชมเป็นจำนวนมาก 3 อันดับแรก คือ วัดปรมัยยิกาวาสารวิหาร การสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผา และหมู่บ้านขนมหวาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเกาะเกร็ดช้า โดยไม่ต้องการพักแรมบนเกาะและไม่ต้องการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

นิคม ประเทโม(2543) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัท และมีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่เดินทางมาจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มากับครอบครัว นิยมพักแรมในโรงแรมจังหวัดอุดรธานีมากที่สุดและนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงพฤษภาคมมากที่สุด โดยมากเลือกมาที่แหล่งท่องเที่ยวทาง

ประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยที่จูงใจให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เป็นลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร ที่สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว เหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทบริการนำเที่ยวให้เลือกมากมาย ตามลำดับ

อารีย์ วรเวชธนกุล(2546) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ความแตกต่างของเพศกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกันจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศหญิงและเพศชาย แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐม ด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และด้านวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มเติมไม่แตกต่างกันระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์(2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านสินค้าประจำจังหวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพบว่าด้านส่วนผสมการตลาดนั้นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ คือชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าทางท่องเที่ยวเพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้า และยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สรุปเรียงตามลำดับตามที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้ง และระยะทาง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปร ประกอบด้วย แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำมาสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยระบุตัวแปรที่อยู่ในกรอบความคิดให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย และนิยามศัพท์ ทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการศึกษาถึง “ ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ”

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่าง ในกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542 : 104) ได้กำหนดตัวอย่างจำนวน 385 คน สำรองไว้ 15 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตร การหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542: 104)

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

n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
Z	แทน	Zscore ขึ้นกับระดับความเชื่อมั่น
B	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อน

p แทน ความน่าจะเป็นของประชากร
q แทน 1-p

ในทางปฏิบัตินิยมใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะได้ว่า $Z = 1.96$ (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542: 102)

ในกรณีไม่ทราบค่า p แต่เนื่องจากค่า pq จะมีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.5$ (กัลยา วณิชย์บัญชา. 2544: 74) กำหนดให้ $B = 0.05$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1 - 0.5)}{(0.05)^2} = 384.16$$

$$n \approx 385$$

1.3 การวางแผนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการในการเดินทางไปยังจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ซึ่งมี 4 แห่ง ได้แก่

- 1.1 สถานีขนส่งสายใต้ใหม่
- 1.2 ท่าอากาศยานดอนเมือง
- 1.3 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 1.4 สถานีรถไฟหัวลำโพง

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในสถานีขนส่งสายใต้ใหม่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรถไฟหัวลำโพง จากขั้นตอนที่ 1 โดยกำหนดสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่ให้มีจำนวนเท่ากัน ดังนี้ คือ

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนสถานที่ที่ถูกเลือก}} \\ \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} &= \frac{400}{4} \\ &= 100 \quad \text{ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ขั้นที่ 3 การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะเฉพาะ และข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบคำตอบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 7 ข้อ คำตอบแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ให้เลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด ตัวแปรที่เกี่ยวข้องได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่เคยประสบปัญหาคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547

ข้อ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งการกำหนดช่วงอายุ ดังนี้ (อ้างอิงจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ งานวิจัยของ พิษณุ วิทยุฒิ. 2542)

แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

1. น้อยกว่า 20 ปี
2. อายุ 20 – 29 ปี
3. อายุ 30 – 39 ปี
4. อายุ 40 – 49 ปี
5. อายุ 50 ปีขึ้นไป

ข้อ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

ข้อ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
2. ข้าราชการ
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
4. พนักงานบริษัทเอกชน
5. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท
4. 30,001 - 40,000 บาท
5. มากกว่า 40,000 บาท

ข้อ 6 สถานภาพสมรส ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ได้แก่

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

ข้อ 7 จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. 1 ครั้ง
2. 2-3 ครั้ง
3. 4-5 ครั้ง
4. มากกว่า 5 ครั้ง

ตอนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ลักษณะคำถามที่สร้างขึ้น เป็นลักษณะคำถามปลายปิด แบบ Likert Scale จำนวน 8 ข้อ เพื่อวัดปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยมีตัวแปรที่มุ่งศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ความต้องการผจญภัย
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว
4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม
5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก
6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม
7. ความต้องการความภาคภูมิใจ
8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ

กำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ประกอบด้วย

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยเชิงจิตที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537: 19)

$$\begin{aligned}
 \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range(R)}}{\text{Class(C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนของค่าเฉลี่ยมีดังนี้

4.21-5.00	คะแนน	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	คะแนน	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	คะแนน	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	คะแนน	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	คะแนน	หมายถึง	นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 : เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ใช้มาตรวัดเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก(Multiple Choice Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) จำนวน 7 ข้อ และ ใช้มาตรวัดแบบ Semantic Differential Scale มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาค (Interval scale) จำนวน 4 ข้อ เพื่อวัดพฤติกรรมและความพอใจจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยมีตัวแปรที่มุ่งศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
2. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม
3. ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง
4. ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหรือไม่

กำหนดสเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวแทนความหมายในทางมากที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขความหมายในทางลบที่สุด มีการกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก / บอกต่อแน่นอน
4	หมายถึง	ดี / บอกต่อ
3	หมายถึง	ปานกลาง / ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่ดี / ไม่บอกต่อ
1	หมายถึง	ไม่ดีย่างมาก / ไม่บอกต่อแน่นอน

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมภายหลังจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range(R)}}{\text{Class(C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนของค่าเฉลี่ยมีดังนี้

4.21-5.00	คะแนน หมายถึง	นักท่องเที่ยวนี้อาจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก/ บอกต่อแน่นอน
3.41-4.20	คะแนน หมายถึง	นักท่องเที่ยวนี้อาจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี / บอกต่อ
2.61-3.40	คะแนน หมายถึง	นักท่องเที่ยวนี้อาจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง / ไม่แน่ใจ
1.81-2.60	คะแนน หมายถึง	นักท่องเที่ยวนี้อาจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ดี / ไม่บอกต่อ
1.00-1.80	คะแนน หมายถึง	นักท่องเที่ยวนี้อาจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ดียิ่งมาก / ไม่บอกต่อแน่นอน

ตอนที่ 4 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อรับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น

3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขต ของการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหา ของแบบทดสอบจะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขในขั้นที่ 4 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)
6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรครอนบักแอลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วาณิชยัญญา.การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล:2546)
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ

1. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มบริโรคตามเขตกำหนด โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต เอกสารข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตำรา หนังสือ รวมทั้งข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การจัดกระทำข้อมูล

- 5.1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด
- 5.1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
- 5.1.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5 (Statistical Package for Social Science) เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

5.2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ.2547 รวมทั้ง การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจุดต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับ

ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

5.3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสนใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้มีดังนี้

1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

เป็นหลักการใช้เก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูลและคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2546: 127) อันประกอบด้วย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percent)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean); $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541: 40)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ; SD โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541.40)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลัง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด ยกกำลัง
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Window Version 11.5

2.1 โดยใช้สถิติ t – test (วิเชียร เกตุสิงห์.2541: 80) ทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศ ซึ่ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นอิสระ คือ ไม่มีสมาชิกร่วมกัน

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{[(S_1^2/n_1) + (S_2^2/n_2)]}}$$

ใช้ Degree of Freedom เป็น

$$df = \frac{[(S_1^2/n_1) + (S_2^2/n_2)]^2}{[(S_1^2/n_1) / (n_1-1)]^2 + [(S_2^2/n_2) / (n_2-1)]^2}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจก
แจกแบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ	S_1^2, S_2^2	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ	n_1, n_2	แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
ตามลำดับ	df	แทน ชั้นความเป็นอิสระ

2.2 โดยใช้สถิติ F – test ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ,สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษาสูงสุด, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) กัลยา วาณิชย์บัญชา .2546: 144)

ตาราง 2 แสดงการคำนวณ Completely Randomized Design (CRD) ANOVA

แหล่งแปรปรวน หรือแหล่งความ ผันแปร	องศาอิสระ(df)	ผลบวกกำลัง สอง	ผลบวกกำลัง สองเฉลี่ย (MS)	F – Prob.
ระหว่างทรีท เมนต์ (Treatment) : k	k-1	SS_b	MS_b	MS_b/MS_w
ภายในทรีทเมนต์ ความ คลาดเคลื่อน ผลรวม (Total)	n-k n-1	SS_w SS_t	MS_w	

ที่มา: กัลยา วาณิชย์บัญชา.(2545). การวิเคราะห์ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.
หน้า. 144.

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

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F- distribution

MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวอย่าง (Mean Square Between Treatment)

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่มตัวอย่าง (Mean Square Between Error)

$$MS_b = SS_b / (k - 1)$$

$$MS_w = SS_w / (n - k)$$

SS_b แทนค่า ผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

SS_w แทนค่า ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่มตัวอย่าง

k แทนค่า จำนวนกลุ่ม

n แทนค่า จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

k-1 แทนค่า Degree of freedom สำหรับความแปรผันระหว่างกลุ่ม

n-k แทนค่า Degree of freedom สำหรับความแปรผันภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี LSD หรือ Fisher's Least – Significant Difference เป็นวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรได้ครั้งละหลายคู่

$$\text{LSD} = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{\text{MSE} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

2.3 การทดสอบสถิติ Pearson Chi-Square เป็นการทดสอบว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2 - test) ในการทดสอบข้อมูล ใช้สูตรดังนี้

$$\chi^2 = \frac{\sum_{i=1}^k (O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดยที่	O_i	แทน	ความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิดในระดับที่ i ที่เกิดขึ้นจริงของตัวอย่าง
	E_i	แทน	ความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิดในระดับที่ i ที่คาดว่าจะเกิด
	k	แทน	จำนวนกลุ่มหรือจำนวนระดับของตัวแปรหรือลักษณะที่สนใจศึกษา

กรณีพบว่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Crammer's V

สถิติ Crammer's V ใช้ทำการวัดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้งสองตัวแปร เป็น Nominal (กัลยา วาณิชยปัญญา.2550:95)

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(Q-1)}}$$

เมื่อ V	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ Cramer ' s V (มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1.0)
	χ^2	แทน ค่าไคสแควร์
	Q	แทน จำนวนแถวนอน หรือแถวตั้ง
	N	แทน จำนวนตัวอย่าง

โดยใช้สถิติ Crammer's V จะมีค่าระหว่าง $0 < V < 1$ ความหมายของค่า V คือ

1. ถ้า V เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเชิงกลุ่มทั้ง 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันมาก
2. ถ้า V เข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรเชิงกลุ่มทั้ง 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือสัมพันธ์กันน้อยมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
$S.D.$	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
p	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยสนใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	194	48.50
หญิง	206	51.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	3.00
20 – 29 ปี	118	29.50
30 – 39 ปี	216	54.00
40 – 49 ปี	40	10.00
50 ปีขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	3.00
ปริญญาตรี	256	64.00
สูงกว่าปริญญาตรี	132	33.00
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	12	3.00
ข้าราชการ	40	10.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	7.00
พนักงานบริษัทเอกชน	266	66.50
อื่นๆ เช่น พนักงานมหาวิทยาลัย	54	13.50
รวม	400	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12	3.00
10,001 – 20,000 บาท	136	34.00
20,001 – 30,000 บาท	90	22.50
30,001 – 40,000 บาท	52	13.00
มากกว่า 40,000 บาท	110	27.50
รวม	400	100.00
6. สถานภาพสมรส		
โสด	226	56.50
สมรส/อยู่ด้วยกัน	160	40.00
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	14	3.50
รวม	400	100.00
7. จำนวนครั้งที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี 2547		
1 ครั้ง	192	48.00
2-3 ครั้ง	184	46.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4-5 ครั้ง	12	3.00
มากกว่า 5 ครั้ง	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50

อายุ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และมีอายุ 40-49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมา คืออาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และข้าราชการ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และนักเรียน นิสิตและนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิที่ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสคือโสด จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมามีสถานภาพสมรสคือสมรสหรืออยู่ด้วยกัน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเป็นหม้ายหรือหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

จำนวนครั้งที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี 2547 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ มีจำนวนครั้งเคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี 2547 ที่จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา มีจำนวน 2-3 ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และมีจำนวน 4-5 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และมีจำนวนมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม

สาเหตุที่มีต่อการท่องเที่ยวเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความต้องการผจญภัย			
มีกิจกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว	3.225	0.816	ปานกลาง
อยากทดลองกับกิจกรรมที่ไม่เคยลองมาก่อน	3.180	0.793	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.203	0.805	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

สาเหตุที่มีต่อการท่องเที่ยวเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง			
การท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน	3.945	0.992	มาก
การท่องเที่ยวเป็นการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต	3.880	0.925	มาก
ความอยากรู้อยากเห็นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว	3.885	0.658	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.903	0.858	มาก
ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว			
ความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	4.050	0.734	มาก
ความประทับใจจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	4.255	0.575	มากที่สุด
ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	4.160	0.822	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.155	0.710	มาก
ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม			
การท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น นั้น	3.570	0.853	มาก
การท่องเที่ยวทำให้ได้ศึกษาภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น	3.195	0.916	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.383	0.885	ปานกลาง
ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก			
การท่องเที่ยวทำให้เห็นความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น	3.470	0.671	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เห็นสิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมของ ท้องถิ่นนั้น	3.600	0.609	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นนั้น	3.360	0.756	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.477	0.679	มาก
ความต้องการในการยอมรับของสังคม			
ท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ท่านชื่นชอบ	4.185	0.997	มาก
ท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ได้รับการยอมรับ จากคนที่ท่านกำลังติดต่ออยู่นั้น	3.430	0.887	มาก
ท่านไม่อยากจะรู้สึกเหมือนเป็นคนแปลกหน้าในขณะ ท่องเที่ยว	3.335	0.914	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.650	0.927	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

สาเหตุที่มีต่อการท่องเที่ยวเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความต้องการความภาคภูมิใจ			
ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าท่านได้ไป ท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น	2.795	0.983	ปานกลาง
ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติ มิตร	2.220	1.032	น้อย
ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ญาติมิตรมาขอ คำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้ไปมา	2.400	1.163	น้อย
การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านได้ภาคภูมิใจเป็น อย่างมาก	2.910	1.098	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.581	1.069	น้อย
ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ			
ท่านท่องเที่ยวเพื่อยกฐานะและความมีเกียรติในสังคม	2.265	0.936	น้อย
ท่านท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ของท่านเอง	3.445	1.158	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.855	1.047	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสาเหตุที่มีต่อการท่องเที่ยวเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านความต้องการผจญภัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.203 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นต่อการมีกิจกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเรื่องอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.225

สาเหตุด้านความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.903 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.945

สาเหตุด้านความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.155 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความประทับใจจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.255

สาเหตุด้านความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.383 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้น มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.570

สาเหตุด้านความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.477 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การท่องเที่ยวทำให้เห็นสิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.600

สาเหตุด้านความต้องการในการยอมรับของสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.650 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ท่านชื่นชอบ ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.185

สาเหตุด้านความต้องการความภาคภูมิใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.581 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านได้ภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.910

สาเหตุด้านความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.855 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของท่านเอง ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเรื่องอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.445

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ		
ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
ครอบครัว	178	44.50
เพื่อน	222	55.50
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของ		
ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว		
มัลลเทศก์	28	7.00
หนังสือการท่องเที่ยว	118	29.50
เพื่อน	118	29.50
คนในพื้นที่	56	14.00
อื่น ๆ	80	20.00
รวม	400	100.00
3. สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยว		
ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน	208	52.00
การพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว	192	48.00
รวม	400	100.00
4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	52	13.00
3,001 – 6,000 บาท	134	33.50
6,001 – 9,000 บาท	92	23.00
9,001 – 12,000 บาท	94	23.50
มากกว่า 12,000 บาท	28	7.00
รวม	400	100.00
5. จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง		
1 – 2 วัน	120	30.00
3 – 4 วัน	280	70.00
รวม	400	100.00
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	86	
รถตู้เช่า	54	13.50
รถโดยสารประจำทาง	26	6.50
เครื่องบิน	128	32.00
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ		
ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ชื่นชอบมากที่สุด		
ภูเก็ต	214	53.50
พังงา	28	7.00
กระบี่	54	13.50
ระนอง	12	3.00
ตรัง	92	23.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ดังนี้

บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน มีจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมีจำนวน 178 คนคิดเป็นร้อยละ 44.50

แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ ใช้แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวคือหนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน จำนวนเท่ากัน คือ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคืออื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และคนในพื้นที่ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และมักคุเทศก์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวคือความสนุกสนานและเพลิดเพลิน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 3,001 – 6,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ 9,001-12,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 6,001-9,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และมากกว่า 12,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ มีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 3-4 วัน จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ 1-2 วัน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือเครื่องบิน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และรถตู้เช่าจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และรถโดยสารประจำทางจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ชื่นชอบมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ส่วนใหญ่ชื่นชอบจังหวัดภูเก็ต จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือตรัง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และกระบี่จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และพังงา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และระนองจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	4.100	0.743	ดี
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	3.995	0.893	ดี
ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง	4.105	0.596	ดี
การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน	4.150	0.900	บอกต่อ
ความพึงพอใจโดยรวม	4.088	0.783	ดี/บอกต่อ

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยรวมอยู่ในระดับดี / บอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.088 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีและการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันอยู่ในระดับบอกต่อ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

โดยพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐานเป็นส่วนของความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว มี 4 อย่างคือ

1. ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว
2. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม
3. ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง
4. การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน

เพศ

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

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

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน
ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยจำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา		Levene's Test for Equality of Variances		เพศ	t-test for Equality of Means				
		F	Sig.		Mean	S.D.	t	df	Pr ob.
ความพอใจกาย	Equal variances assumed	20.823	.000	ชาย	4.33	.589	6.351	375.147	.00
หลังจากการ	Equal variances not assumed			หญิง	3.88	.806			
ท่องเที่ยว									
ความคุ้มค่าเมื่อ	Equal variances assumed	11.985	.001	ชาย	4.19	.739	4.266	379.252	.00
เทียบกับเวลาและ	Equal variances not assumed			หญิง	3.82	.985			
ความพยายาม									
ความประทับใจต่อ	Equal variances assumed	.226	.635	ชาย	3.99	.636	-3.801	377.918	.00
การท่องเที่ยว	Equal variances not assumed			หญิง	4.21	.535			
เปรียบเทียบกับ									
ความคาดหวังที่มี									
ก่อนการเดินทาง									
การแนะนำบุคคลอื่น	Equal variances assumed	6.390	.012	ชาย	4.37	.710	4.956	369.488	.00
ให้มาเที่ยวในเขต	Equal variances not assumed			หญิง	3.94	.988			
จังหวัดชายฝั่งอันดา									
มัน									

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความพอใจกายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที(t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือ เพศชายจะมีความพอใจกายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.45

ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายามหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที(t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือ เพศชายจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายามหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.37

ผลการวิเคราะห์ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทางหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที(t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือ เพศชายจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทางหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิน้อยกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.22

ผลการวิเคราะห์การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที(t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีค่า Probability(p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือ เพศชายจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิมากกว่าเพศหญิง โดยมีผลต่างเท่ากับ 0.43

อายุ

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

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

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Beown-Forsythe

โดยจะทำการตรวจสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	p
1. ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	5.312	4	395	.055
2. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	12.964	4	395	.052
3. ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับ ความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง	0.618	4	395	.650
4. การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัด ชายฝั่งอันดามัน	10.876	4	395	.041

จากตาราง 9 พบว่าการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกัน มีค่า p เท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่า p เท่ากับ .055 , .052 และ .650 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่ใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุโดยใช้ Brown-Forsythe

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig.
การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน	3.969	2	10.964	.051

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน มีค่า Sig. เท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษา

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

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

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Beown-Forsythe

โดยจะทำการตรวจสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	p
ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	2.283	2	397	.103
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	18.886	2	397	.039
ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับ	1.148	2	397	.066
ความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง				
การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน	1.426	2	397	.071

จากตาราง 11 พบว่าความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มการศึกษาแตกต่างกัน มีค่า p เท่ากับ .039 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มการศึกษาต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่า p เท่ากับ .103 , .066 และ .701 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มการศึกษาต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่ใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้ Brown-Forsythe

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig.
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	1.765	3	109.096	.158

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม มีค่า Sig. เท่ากับ .158 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันจะมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายามไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้เฉลี่ย

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

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

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Beown-Forsythe

โดยจะทำการตรวจสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยโดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	p
ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	4.580	4	395	.076
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	3.571	4	395	.091
ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับ	19.115	4	395	.028
ความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง				
การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัด	5.390	4	395	.054
ชายฝั่งอันดามัน				

จากตาราง 13 พบว่าความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีค่า p เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่า p เท่ากับ .076 , .091 และ .054 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่ใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยโดยใช้ Brown-Forsythe

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig.
ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง	3.001	5	330.476	.062

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ .062 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันจะมีความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทางไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพ

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

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

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Beown-Forsythe

โดยจะทำการตรวจสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's Test

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	p
ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	17.247	4	395	.048
ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	6.853	4	395	.058
ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง	5.539	4	395	.071
การแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน	10.791	4	395	.054

จากตาราง 15 พบว่าความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวของกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน มีค่า p เท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่า p เท่ากับ .068 , .071 และ .054 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มอาชีพต่างๆ ของนักท่องเที่ยวนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่ใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ Brown-Forsythe

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	Statistic	df1	df2	Sig.
ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	1.932	2	135.497	.149

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว มีค่า Sig เท่ากับ .149 ซึ่งมากกว่า .05 คือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยจูงใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

สมมติฐานที่ 2.1 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.1.1 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการผจญภัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการผจญภัย	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	138	144	282
มาก - มากที่สุด	40	78	118
รวม	178	222	400

$\chi^2 = .261^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .261* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

พบว่าค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .261

2.1.2 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการผจญภัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการผจญภัย	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มักคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ต, เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	70	90	80	42	282
มาก - มากที่สุด	14	28	38	38	118
รวม	84	118	118	80	400

$\chi^2 = .599^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .299* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .299

2.1.3 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการผจญภัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความถี่ของการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
เขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการผจญภัย	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	104	178	282
มาก - มากที่สุด	104	14	118
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .498^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .498^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .498

2.1.4 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการผจญภัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการผจญภัย	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	164	40	78	282
มาก - มากที่สุด	28	40	50	118
รวม	192	80	128	400

$\chi^2 = .630^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .364* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .364

สมมติฐานที่ 2.2 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.2.1 ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	40	66	106
มาก - มากที่สุด	138	156	294
รวม	178	232	400

$$\chi^2 = .436^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .436^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .436

2.2.2 ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยวสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มักคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ต, เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	14	28	14	40	96
มาก - มากที่สุด	70	90	104	40	304
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .646^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .323^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .323

2.2.3 ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยวสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุด ในการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	54	42	96
มาก - มากที่สุด	154	150	304
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .523^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .523^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .523

2.2.4 ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	42	28	26	96
มาก - มากที่สุด	150	52	102	304
รวม	192	80	128	400

$\chi^2 = .667^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .385* Approx.Sig = .000
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .385

สมมติฐานที่ 2.3 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.3.1 ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2
ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทาง
ท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการคุณค่าในการเดินทาง ท่องเที่ยว	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	14	14	28
มาก - มากที่สุด	164	208	372
รวม	178	222	400

$\chi^2 = .170^*$ Asymp.Sig = .003 Cramer's V = .170* Approx.Sig = .003

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทาง
ท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่
เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความ
ต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขต

จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .170

2.3.2 ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มัคคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	0	14	14	0	28
มาก - มากที่สุด	84	104	104	80	372
รวม	84	118	118	80	400

$\chi^2 = .567^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .401* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .401

2.3.3 ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน	การพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	14	14	28
มาก - มากที่สุด	194	178	372
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .242^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .242^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .242

2.3.4 ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการคุณค่าในการเดินทาง ท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	28	0	0	28
มาก - มากที่สุด	164	80	128	372
รวม	192	80	128	400

$$\chi^2 = .306^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .217^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .217

สมมติฐานที่ 2.4 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.4.1 ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	98	62	160
มาก - มากที่สุด	80	160	240
รวม	178	222	400

$$\chi^2 = .313^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .313^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .313

2.4.2 ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มัลติมีเดีย/คนในพื้นที่	หนังสือ การท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	0	80	52	28	160
มาก - มากที่สุด	84	38	66	52	240
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .701^* \text{ Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .405^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .405

2.4.3 ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุด
ในการท่องเที่ยว

ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	66	94	160
มาก - มากที่สุด	142	98	240
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .194^* \quad \text{Asymp.Sig} = .002 \quad \text{Cramer's V} = .194^* \quad \text{Approx.Sig} = .002$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้น
มากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความ
ต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความ
ต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์
เท่ากับ .194

2.4.4 ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
เขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียน
เป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการคันคว่ำทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการคันคว่ำทางวัฒนธรรม	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	110	26	24	160
มาก - มากที่สุด	82	54	104	240
รวม	192	80	128	400

$$\chi^2 = .679^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .392^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคันคว่ำทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการคันคว่ำทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการคันคว่ำทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .392

สมมติฐานที่ 2.5 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.5.1 ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	96	76	172
มาก - มากที่สุด	82	146	228
รวม	178	222	400

$\chi^2 = .223^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .223* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .223

2.6.2 ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มักคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ต, เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	14	80	52	26	172
มาก - มากที่สุด	70	38	66	54	228
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .585^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .414^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .414

2.4.3 ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก	สิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว		
	ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน	การพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	90	82	172
มาก - มากที่สุด	118	110	228
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .378^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .378^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดย
มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .378

2.5.4 ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกไม่มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการ
ท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการ
ท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2
ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ใน
การท่องเที่ยว

ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อน ร่วมโลก	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	112	12	48	172
มาก – มากที่สุด	80	68	80	228
รวม	192	80	128	400

$\chi^2 = .403^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .285* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของ
เพื่อนร่วมโลกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้าน
พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยจูงใจ อันได้แก่ ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .285

สมมติฐานที่ 2.6 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.6.1 ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการในการยอมรับ ของสังคม	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	42	28	70
มาก - มากที่สุด	136	194	330
รวม	178	222	400

$\chi^2 = .316^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .316* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .316

2.6.2 ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการ
ท่องเที่ยว

ความต้องการในการยอมรับ ของสังคม	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มักคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ ต , เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	14	14	14	28	70
มาก - มากที่สุด	70	104	104	52	330
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .742^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .371^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคม
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่
ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความ
ต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความ
ต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับสูง โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์เท่ากับ .371

2.6.3 ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
เขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการ
ท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการในการยอมรับของสังคม	สิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	28	42	70
มาก - มากที่สุด	180	150	330
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .394^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .394^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ

ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .394

2.6.4 ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการในการยอมรับ ของสังคม	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	42	28	0	70
มาก - มากที่สุด	150	52	128	330
รวม	192	80	128	400

$\chi^2 = .605^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .349* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจาก

คลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .349

สมมติฐานที่ 2.7 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.7.1 ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการความภาคภูมิใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการความภาคภูมิใจ	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	110	180	290
มาก - มากที่สุด	68	42	110
รวม	178	222	400

$\chi^2 = .484^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .484* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .484

2.7.2 ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการความภาคภูมิใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

ความต้องการความภาคภูมิใจ	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มัลคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ ต , เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	56	90	104	40	290
มาก - มากที่สุด	28	28	14	40	110
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .619^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .357^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .357

2.7.3 ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการความภาคภูมิใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการความภาคภูมิใจ	สิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	154	136	290
มาก - มากที่สุด	54	56	110
รวม	208	192	400

$\chi^2 = .231^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .231* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยวในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .231

2.7.4 ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการความภาคภูมิใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการในการยอมรับ ของสังคม	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	150	38	102	290
มาก - มากที่สุด	42	42	26	110
รวม	192	80	128	400

$$\chi^2 = .428^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .247^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการความภาคภูมิใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .247

สมมติฐานที่ 2.8 การทดสอบสมมติฐาน : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.8.1 ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

H_1 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 45 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ	ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย		
	ครอบครัว	เพื่อน	รวม
น้อย – ปานกลาง	152	208	360
มาก - มากที่สุด	26	14	40
รวม	178	222	400

$$\chi^2 = .153^* \text{ Asymp.Sig} = .025 \quad \text{Cramer's V} = .153^* \quad \text{Approx.Sig} = .025$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและ

เกียรตินิยมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการยกฐานะและเกียรตินิยมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .153

2.8.2 ความต้องการยกฐานะและเกียรตินิยมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการยกฐานะและเกียรตินิยมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการยกฐานะและเกียรตินิยมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการ
ท่องเที่ยว

ความต้องการยกฐานะและ เกียรติภูมิ	แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว				
	มัคคุเทศก์/ คนในพื้นที่	หนังสือ การ ท่องเที่ยว	เพื่อน	อื่นๆเช่น อินเตอร์เน็ ต , เว็บไซต์	รวม
น้อย – ปานกลาง	70	118	118	54	360
มาก - มากที่สุด	14	0	0	26	40
รวม	84	118	118	80	400

$$\chi^2 = .533^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .308^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่
ได้รับในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงไจ อันได้แก่ ความ
ต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความ
ต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ
ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว ในระดับต่ำ โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์เท่ากับ .308

2.8.3 ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
เขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการ
ท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ	สิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว		
	ความ สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	การพักผ่อน และความเป็น ส่วนตัว	รวม
น้อย – ปานกลาง	196	164	360
มาก - มากที่สุด	12	28	40
รวม	208	192	400

$$\chi^2 = .346^* \quad \text{Asymp.Sig} = .000 \quad \text{Cramer's V} = .346^* \quad \text{Approx.Sig} = .000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยวในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .346

2.8.4 ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

H_1 : ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร โดยคำนวณจากค่า ไค-สแควร์ (χ^2) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 48 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ของความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว			
	รถยนต์ส่วนตัว	รถตู้เช่า/ รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รวม
น้อย – ปานกลาง	192	52	116	390
มาก - มากที่สุด	0	28	12	40
รวม	192	80	128	400

$\chi^2 = .570^*$ Asymp.Sig = .000 Cramer's V = .329* Approx.Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Asymp.Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยเชิงใจ อันได้แก่ ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .329

ตาราง 49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น		ความพึงพอใจหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ			
		ความพอใจ หลังจาก การท่องเที่ยว	ความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับ เวลาและ ความ พยายาม	ความ ประทับใจต่อ การท่องเที่ยว เปรียบเทียบกับความ คาดหวังที่มี ก่อนการ เดินทาง	การแนะนำ บุคคลอื่นให้ มาเที่ยวใน เขตจังหวัด ชายฝั่งอันดา มัน
ลักษณะ ส่วนบุคคล	เพศ	/	/	/	/
	อายุ	X	X	X	X
	ระดับการศึกษา	X	X	X	X
	รายได้เฉลี่ย	X	X	X	X
	อาชีพ	X	X	X	X

หมายเหตุ

/ สอดคล้องกับสมมติฐาน

X ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 49 (ต่อ)

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น		พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับ ผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ			
		ผู้เดินทาง ท่องเที่ยว ด้วย	แหล่งข้อมูล ท่องเที่ยว	สิ่งสำคัญใน การท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ ในการ ท่องเที่ยว
ปัจจัยจูงใจ	ความต้องการ ผจญภัย	/	/	/	/
	ความต้องการ ค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง	/	/	/	/
	ความต้องการ คุณค่าในการ เดินทางท่องเที่ยว	/	/	/	/
	ความต้องการ ค้นคว้าทาง วัฒนธรรม	/	/	/	/
	ความต้องการเห็น ความเป็นอยู่ของ เพื่อนร่วมโลก	/	/	/	/
	ความต้องการใน การยอมรับของ สังคม	/	/	/	/
	ความต้องการความ ภาคภูมิใจ	/	/	/	/
	ความต้องการยก ฐานะและเกียรติภูมิ	/	/	/	/

หมายเหตุ

- / สอดคล้องกับสมมติฐาน
X ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัยดังนี้

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้นการศึกษาเพื่อเป็นฐานข้อมูลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้ และช่วยให้หน่วยงานรัฐและเอกชนผู้ประกอบการสามารถเลือกกลยุทธ์ในการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดให้เกิดประสิทธิผลในการโน้มน้าวให้ตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันเพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นด้วยเช่นกัน

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน
2. ปัจจัยเชิงจิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการ

ความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยขนาดตัวอย่างใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542 : 104) ได้กำหนดตัวอย่างจำนวน 385 คน สำรองไว้ 15 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการในการเดินทางไปยังจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ซึ่งมี 4 แหล่ง ได้แก่

- 1.1 สถานีขนส่งสายใต้ใหม่
- 1.2 ท่าอากาศยานดอนเมือง
- 1.3 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 1.4 สถานีรถไฟหัวลำโพง

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในสถานีขนส่งสายใต้ใหม่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรถไฟหัวลำโพง จากขั้นตอนที่ 1 โดยกำหนดสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่ให้มีจำนวนเท่ากัน ดังนี้ คือ

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} = \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนสถานที่ที่ถูกเลือก}}$$

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่} = \frac{400}{4}$$

= 100 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 การเลือกตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะเฉพาะ และข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตอนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยมีปัจจัยจูงใจ ดังนี้ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและ

ตอนที่ 3 : เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ได้แก่ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย แหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ชื่นชอบมากที่สุด และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ได้แก่ ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน

ตอนที่ 4 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อรับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขต ของการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหา ของแบบทดสอบจะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขในขั้นที่ 4 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)
6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วาณิชยัญญา.การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล:2546)
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ

1. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มบริโภคตามเขตกำหนด โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต เอกสารข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตำรา หนังสือ รวมทั้งข้อมูลต่างๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การจัดกระทำข้อมูล

5.1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด

5.1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

5.1.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5 (Statistical Package for Social Science) เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตาราง แจกแจงความถี่แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

5.2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันภายหลังการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปี พ.ศ. 2547 รวมทั้ง การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจุดมุ่งหมายท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

5.3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยจูงใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และเพศชายมีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับอายุ 30-39 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเป็นระดับอายุ 20-29 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และระดับอายุ 40-49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาก็คือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาก็คืออาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานมหาลัย พนักงานของรัฐ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และข้าราชการ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และนักเรียน นิสิตและนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00
7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 คือเคยท่องเที่ยว 1 ครั้ง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา เคยท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และเคยท่องเที่ยว 4-5 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และเคยท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

เมื่อพิจารณาปัจจัยจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่าปัจจัยจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.401

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าปัจจัยจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการในการยอมรับของสังคม และความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.155 , 3.903 , 3.650 และ 3.477 ตามลำดับ ปัจจัยจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการผจญภัย และความต้องการรักษานะและเกียรติภูมิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.383 , 3.203 และ 2.855 ตามลำดับ และปัจจัยจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ความต้องการความภาคภูมิใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.581

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

1. บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50

2. แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวคือหนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน จำนวนเท่ากัน คือ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคืออื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และคนในพื้นที่ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และมีคุณเทศก์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

3. สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวคือความสนุกสนานและเพลิดเพลิน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ การพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

4. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 3,001 – 6,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ 9,001-12,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 6,001-9,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และมากกว่า 12,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

5. จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 3-4 วัน จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ 1-2 วัน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือเครื่องบิน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และรถตู้เช่าจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และรถโดยสารประจำทาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

7. จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ชื่นชอบมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบจังหวัดภูเก็ต จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือตรัง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และกระบี่ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และพังงา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และระนอง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ในส่วนที่เกี่ยวกับความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิโดยรวมอยู่ในระดับดี / บอกรู้สึกดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.088 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีและการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันอยู่ในระดับบอกรู้สึกดี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานซึ่งมี 2 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้ผลสรุปดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

- ด้านความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

- ด้านความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

- ด้านความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่รายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

- ด้านความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิแตกต่างกัน

- ด้านความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยเชิงจิตในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการผจญภัย ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก ความต้องการในการยอมรับของสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจ และความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ความต้องการผจญภัยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

สมมติฐานที่ 2.1.1 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย

เมื่อพิจารณาพบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.2 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาพบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.3 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาพบว่า ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.4 ความต้องการผจญภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาพบว่า ความต้องการคั่นคว่ำทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาพบว่า ความต้องการในการยอมรับของสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ด้านสิ่งสำคัญที่เน้นมากที่สุดในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิธร สามารถ(2545) ทำการศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมในโรงแรม ใช้เวลาว่างวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทาง ชอบกิจกรรมดำน้ำ/ชมปะการัง จำนวนเงินที่ใช้ในระหว่างการท่องเที่ยว 4,001 – 5,000 บาท สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว พักอยู่ในกระบี่ประมาณ 3 – 5 วัน มีความตั้งใจว่าในอนาคตจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อย่างแน่นอน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และพฤติกรรมที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ อารีย์ วรเวชธนกุล(2546) ทำการศึกษา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม

2. ผลจากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยจูงใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยจูงใจด้านความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความประทับใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว สอดคล้องโดยอ้อมกับ นิคม ประเทโม (2543) ทำการศึกษา ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้าเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ปัจจัยที่จูงใจให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เป็นลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร ที่สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว เหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทบริการนำเที่ยวให้เลือกมากมาย ตามลำดับ

3. ผลจากการศึกษาข้อมูลของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่าแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับจะมาจากหนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน ส่วนข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ถือว่านักท่องเที่ยวได้รับค่อนข้างน้อย อาจะมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เพียงพอ

บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ส่วนใหญ่เป็นเพื่อน รองลงมาคือครอบครัว เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมากับเพื่อน หรือเพื่อนแนะนำให้มาเที่ยว หรือไม่ก็จะมาเที่ยวกับครอบครัวในวันหยุด

ด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ คือรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือเครื่องบิน อาจเป็นเพราะรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวกสบายมากกว่าอื่นๆ สามารถแวะเยี่ยมชมยังสถานที่ผ่านต่างๆ ที่น่าสนใจได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเครื่องบินก็มีราคาที่ค่อนข้างแพงจึงยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร

สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิคือความสนุกสนานและเพลิดเพลิน และมีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 3-4 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งระหว่าง 3,001-6,000 บาท ทั้งนี้เป็นเพราะว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติและค่อนข้างไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงขึ้นและต้องใช้เวลาท่องเที่ยวนานขึ้นด้วย

ในส่วนของความพึงพอใจในการมาเที่ยวจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในเกณฑ์ดีและมีการแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัย ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากวิกฤติทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ดังนั้นองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีการปรับวางกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

2. จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิงที่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้นทางจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ควรคำนึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นหลัก

3. ปัจจัยจูงใจล้วนมีผลต่อการจูงใจให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ดังนั้นถ้าหากมีการกระตุ้นเพิ่มปัจจัยจูงใจในส่วนที่ยังมีน้อยอยู่ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น เพิ่มความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ และความต้องการความภาคภูมิใจ ก็จะมีส่วนช่วยในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

4. จากผลการวิจัยเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับกลุ่มเพื่อน แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวคือหนังสือการท่องเที่ยวและเพื่อน สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวคือความสนุกสนานและเพลิดเพลิน มีจำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งคือ 3-4 วัน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง โดยจังหวัดที่ชื่นชอบมากที่สุดคือภูเก็ต ดังนั้นจึงควรมีการจัดการและวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก เช่น จัดวางแผนโปรโมชั่นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและแพร่หลาย เป็นต้น

5. ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ จะมี ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง อยู่ในระดับดี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และจะมีการแนะนำให้บุคคลอื่นมาเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ นอกเหนือจากปัจจัยจิตใจ เพื่อให้ทราบว่าแต่ละปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยจิตใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ เพื่อทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและใช้เป็นประโยชน์ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ตรงตามความต้องการ
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เปรียบเทียบและปรับปรุงให้กับเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา . (2548) สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546) การใช้ *spss for windows* ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). ข้อมูลและสถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2551, จาก <http://www.tat.or.th/e-journal>
- กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(ม.ป.ป.) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : กองฯ.
- คัตฉณางค์ วรภัฏจันทรเกียรติ. (2543). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- (2542). ชีวิตและผลงาน เล็ก วิริยะพันธุ์. กรุงเทพฯ : บริษัท วิริยะธุรกิจ จำกัด
- นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.
- นิคม ประเทโม. (2543). พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิริยะ มีชัย. (2550). ยุคสมัยทางศิลปะ. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2551, จาก <http://www.AncientCity.com>
- ศศิธร สามารถ. (2545). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). การจัดการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2549). การจัดการตลาด (ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : DIAMOND IN BUSINESS WORLD.
- สิริจิตรา ฤกษ์บ้าย. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *การจัดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ :

บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารีย์ วรเวชธนกุล. (2546) *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อารณีย์ วิวัฒน์ภรณ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยในจังหวัดราชบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพอใจจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 20-29 ปี

() 30-39 ปี

() 40-49 ปี

() 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() นักเรียน / นิสิต/ นักศึกษา

() ข้าราชการ

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

() 10,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท

() 30,001 - 40,000 บาท

() มากกว่า 40,000 บาท

6. สถานภาพสมรส

() โสด

() สมรส/อยู่ด้วยกัน

() หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

7. จำนวนครั้งที่ท่านได้เคยท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน (ภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา ระนอง สตูล) หลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิตั้งแต่ปี 2547 คือ

() 1 ครั้ง

() 2 - 3 ครั้ง

() 4 - 5 ครั้ง

() มากกว่า 5 ครั้ง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านไปท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่ง อันดามันหลังจากได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 เพราะสาเหตุต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. ความต้องการผจญภัย					
8.1 มีกิจกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว					
8.2 อยากรทดลองกับกิจกรรมที่ไม่เคยลองมาก่อน					
9. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ในตัวเอง					
9.1 การท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน					
9.2 การท่องเที่ยวเป็นการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต					
9.3 ความอยากรู้อยากเห็นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว					
10. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว					
10.1 ความสนุกสนานจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง					
10.2 ความประทับใจจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง					
10.3 ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว					
11. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม					
11.1 การท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้น					
11.2 การท่องเที่ยวทำให้ได้ศึกษาภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น					
12. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก					
12.1 การท่องเที่ยวทำให้เห็นความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น					
12.2 การท่องเที่ยวทำให้เห็นสิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น					
12.3 การท่องเที่ยวทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนในท้องถิ่นนั้น					
13. ความต้องการในการยอมรับของสังคม					
13.1 ท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ท่านชื่นชอบ					
13.2 ท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่ได้รับการยอมรับจากคนที่ท่านกำลังติดต่ออยู่นั้น					
13.3 ท่านไม่อยากจะรู้สึกเหมือนเป็นคนแปลกหน้าในขณะท่องเที่ยว					
14. ความต้องการความภาคภูมิใจ					
14.1 ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าท่านได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น					
14.2 ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตร					
14.3 ท่านท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการให้ญาติมิตรมาขอคำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้ไปมา					
14.4 การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านได้ภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก					
15. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ					
15.1 ท่านท่องเที่ยวเพื่อยกฐานะและความมีเกียรติในสังคม					
15.2 ท่านท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของท่านเอง					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

16. ท่านท่องเที่ยวกับใครมากที่สุด

- () คนเดียว () ครอบครัว
() เพื่อน () อื่นๆ โปรดระบุ.....

17. โดยปกติในขณะที่ท่านท่องเที่ยวท่านได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากแหล่งใดมากที่สุด

- () มัคคุเทศก์ () หนังสือการท่องเที่ยว
() เพื่อน () คนในพื้นที่
() อื่นๆ โปรดระบุ.....

18. สิ่งสำคัญที่ท่านเห็นมากที่สุดในการท่องเที่ยวคืออะไร

- () ความเป็นอยู่ที่หรูหรา
() ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน
() การพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว
() อื่นๆ โปรดระบุ.....

19. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง คือ

- () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท () 3,001 - 6,000 บาท
() 6,001 - 9,000 บาท () 9,001 - 12,000 บาท
() มากกว่า 12,000 บาท

20. จำนวนวันที่ท่านท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง คือ

- () 1 - 2 วัน () 3 - 4 วัน
() 5 - 6 วัน () มากกว่า 6 วัน

21. พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน คือ

- () รถยนต์ส่วนตัว () รถตู้เช่า
() รถโดยสารประจำทาง () เครื่องบิน
() รถไฟ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

22. ในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันท่านชื่นชอบจังหวัดใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 จังหวัด)

- () ภูเก็ต () พังงา
() กระบี่ () ระนอง
() ตรัง () สตูล

ความพึงพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
23. ความพอใจภายหลังจากการท่องเที่ยว	พอใจ _____ ไม่พอใจ _____ อย่างมาก _____ อย่างมาก _____				
24. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและความพยายาม	คุ้มค่า _____ ไม่คุ้มค่า _____				
25. ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง	เหนือกว่าความ _____ ต่ำกว่าความ _____ คาดหวัง _____ คาดหวัง _____				
26. ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันหรือไม่	แนะนำ _____ ไม่แนะนำ _____ แน่นอน _____ แน่นอน _____				

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

สิ่งที่ท่านประทับใจมากที่สุดในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน คือ

.....

.....

.....

ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามัน คือ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศร 0519.12/10739

วันที่ ๘ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงตน นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ชนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา วนันต์อักษรกุล และ อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถามปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายไพโรจน์ แสงตน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศร 0519.12/3043

วันที่ 8 เมษายน 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงตน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายไพโรจน์ แสงตน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์สมชาย สันติวัฒน์กุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/๖ ๗ 43



155

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงวงคน นิติระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ธณภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิติมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้โดยสาร และพนักงานบริการ ตอบแบบสอบถามปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ในระหว่างเดือนธันวาคม 2551 - มกราคม 2552

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพโรจน์ แสงวงคน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัพท 087-109-1446



ที่ ศธ 0519.12/10742

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่าอากาศยานดอนเมือง

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงตน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ธณภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้โดยสาร และพนักงานบริการ ตอบแบบสอบถามปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ในระหว่างเดือนธันวาคม 2551 - มกราคม 2552

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพโรจน์ แสงตน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 087-109-1446



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสถานรถไฟหัวลำโพง

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงตน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ธนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้โดยสาร และพนักงานบริการ ตอบแบบสอบถามปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ในระหว่างเดือนธันวาคม 2551 - มกราคม 2552

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพโรจน์ แสงตน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 087-109-1446

ที่ ศธ 0519.12/10740



158

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสถานีนชนสงสยไต้ใหม่

เนื่องด้วย นายไพโรจน์ แสงตน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยมี อาจารย์ธนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้โดยสาร และพนักงานบริการ ตอบแบบสอบถามปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ในระหว่างเดือนธันวาคม 2551 - มกราคม 2552

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพโรจน์ แสงตน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 087-109-1446

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายไพโรจน์ แสงตน
วันเดือนปีเกิด	5 กันยายน 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดบุรีรัมย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	17 ถนนอุดมสุข 46 แขวงบางนา เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	วิศวกรจัดซื้อ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท CTCI (THAILAND) CO.,LTD. เลขที่ 400 อาคารไพโรจน์กิจจา ชั้น 17 ถนนบางนา-ตราด กม.4 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมเคมี) จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
พ.ศ. 2552	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ