

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อ การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ศิวัช คงทอง^{1*} และ ณัฏฐกฤษฎี เอกวรรณง²

Received: 27 December 2022 / Revised: 10 February 2023 / Accepted: 14 February 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเต่าตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจ และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31 ถึง 40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง น้อยที่สุดคือว่างงานหรือไม่ได้ประกอบอาชีพ มีสถานภาพโสด และมีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจปัจจัยผลักดัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) แรงจูงใจปัจจัยดึงดูด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.84$) การกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.36$) ผลการทดสอบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูด ($Beta = 0.301$) และ แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน ($Beta = 0.229$) มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($Beta = 0.321$) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($Beta = 0.241$) มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว, การกลับมาเยือนซ้ำ,
นักท่องเที่ยวชาวไทย, เกาะเต่า, สุราษฎร์ธานี

^{1*}นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

²อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*E-mail: 635163010014@dpu.ac.th

Tourist Motivations and Elements of Tourist Attractions Influencing the Repeat Visits of Thai Tourists: A Case Study of Koh Tao, Surat Thani Province

Siwat Kongthong^{1*} and Nuttakrit Eakwannang²

Abstract

The aims of this study were 1) to study the motivations of Thai tourists for visiting Koh Tao, Surat Thani Province, 2) to study the elements influencing Koh Tao's tourism attractions according to the perceptions of Thai tourists who visit the area, and 3) to analyze the impact of motivations and tourist attraction elements influencing on the repeat visits of Thai tourists to Koh Tao, Surat Thani Province classified according to demographic characteristics. The research conducted a survey method using a questionnaire. Data were collected from 400 Thai tourists visiting Koh Tao, Surat Thani Province by a convenience sampling method and analyzed using statistical software packages. with descriptive statistics; mean, frequency, percentage, and standard deviation, as well as multiple regression analysis.

The research with a sample of 400 tourists revealed that the majority of respondents were females, aged between 21 to 30 years old and 31 to 40 years old respectively. The majority of the respondents were bachelor degree graduates and worked in a private company. The least of the respondents were unemployed or not working. Most respondents were single and earn the highest income over 40,001 Baht, and the least earning was less than 10,000 Baht. The respondents' opinions on the push factors on tourist motivations were high ($\bar{x}=3.56$), the factors on tourist motivations was also high ($\bar{x}=3.93$) and The tourist attractions elements were high ($\bar{x}=3.84$), The repeat visits of the tourist have the highest attention ($\bar{x}=4.36$). The results of the study in Tourist Motivations and Tourist Attraction elements Influencing the Repeat Visits of Thai Tourists showed that the pull factors on tourist motivations (Beta = 0.301) and push factors on tourist motivations (Beta 0.229) influenced the repeat visits of Thai tourists. Tourists' attraction elements on what motivates tourists to travel (Beta 0.321), and the elements of tourist attraction activities and processes (Beta = 0.241) influenced repeat visits of tourists.

Keywords: Tourist motivation, tourist attraction elements, repeat visits, Thai tourists, Koh Tao, Surat Thani

¹Graduate Students, Faculty of Tourism and Hotel, Dhurakij Pundit University

²lecturer, Faculty of Tourism and Hotel, Dhurakij Pundit University

*E-mail: 635163010008@dpu.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่พัฒนามานับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แม้ปัจจุบันประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) แต่การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นก็ยังคงเติบโตขึ้นอย่างเป็นที่น่าพอใจ ในแง่ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในระดับโลก และได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติหลายรางวัล เช่น Best In Travel Poll 2016 Travel Leisure India's Best Awards 2018 จุดหมายยอดเยี่ยมต่างประเทศประจำปี 2019 และอื่น ๆ อีกมากมาย (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้ยังมีศักยภาพที่รอการพัฒนาอยู่ในหลายด้านก็ตาม

ทั้งนี้ประเทศไทย มีลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ประกอบด้วยผืนแผ่นดินและเกาะต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น ภูเก็ต เกาะลันตา เกาะพีพี หมู่เกาะสิมิลัน เกาะพะงัน เกาะสมุย รวมถึงเกาะเต่า เป็นต้น จึงมีศักยภาพโดดเด่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก โดยมีจุดขายการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยม คือ หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ดำน้ำ ปีนผา เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวต่างกัน ในแง่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถ้าเราทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะส่งผลไปในทางบวกจะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น และทำให้มีรายได้เข้ามาในประเทศเพิ่มมากขึ้น (วาสนา สุวรรณจิตร, 2564)

เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ยังถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีชื่อเสียงด้านดำน้ำที่ดีที่สุด และมีโรงเรียนสอนดำน้ำมากเป็นอันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้เกาะเต่า มีแนวปะการังที่สวยงามยาวตลอดชายฝั่งของเกาะ ทำให้เกาะเต่ามีชื่อเสียง จนทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอยู่เสมอ จากการศึกษา พบว่า มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมา เกาะเต่า จำนวน 579,897 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 97,031 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ข้อมูลดังกล่าวนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าเกาะเต่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้จำนวนไม่น้อย แต่ปัจจุบันเกาะเต่าประสบปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่า ส่วนใหญ่นั้นได้เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จากแต่เดิมนั้นผู้ประกอบการรับมือกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าส่วนใหญ่ประสบปัญหา คือ ไม่สามารถรับมือกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ (PPTVHD36, 2564) จึงทำให้ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าต้องใช้กลยุทธ์การลดราคาโรงแรม ที่พัก และบริการลงมากกว่าร้อยละ 70 เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจองที่พักภายในเกาะเต่า ไม่ต่ำกว่า 10,000 การจอง คิดเป็นเงินสะพัดกว่า 50 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การลดราคาลงเป็นจำนวนมากนั้นอาจจะส่งผลเสียในระยะยาว

แม้ว่าเกาะเต่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงามของแนวปะการัง มีธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่เกาะเต่ายังมีปัญหาด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ภายในเกาะเต่าอีกหลาย ๆ ด้าน เช่น 1) ด้านผู้ให้บริการด้านที่พักร้านอาหารควรปรับปรุงราคาและคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐาน ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาที่เป็นมาตรฐานไม่แพงจนเกินไป 2) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในส่วนของการบริการยังขาดทักษะความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) ขาดการประสานงานบูรณาการระหว่างหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการในพื้นที่ และ 4) โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ (งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า, 2560) รวมไปถึงควรมีนโยบายในการพัฒนาโดยสร้างระบบข้อมูลให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และการพัฒนาคุณภาพสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพัฒนาระบบคมนาคมของไทย และทางเลือกการเดินทางที่ควรเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเป็นตัวช่วยในการเพิ่มแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ยังส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับต่อมา การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมายังเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกิดความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของเกาะ นักท่องเที่ยวพึงพอใจการให้บริการจึงกลับมาท่องเที่ยวในที่เดิมอีกครั้ง

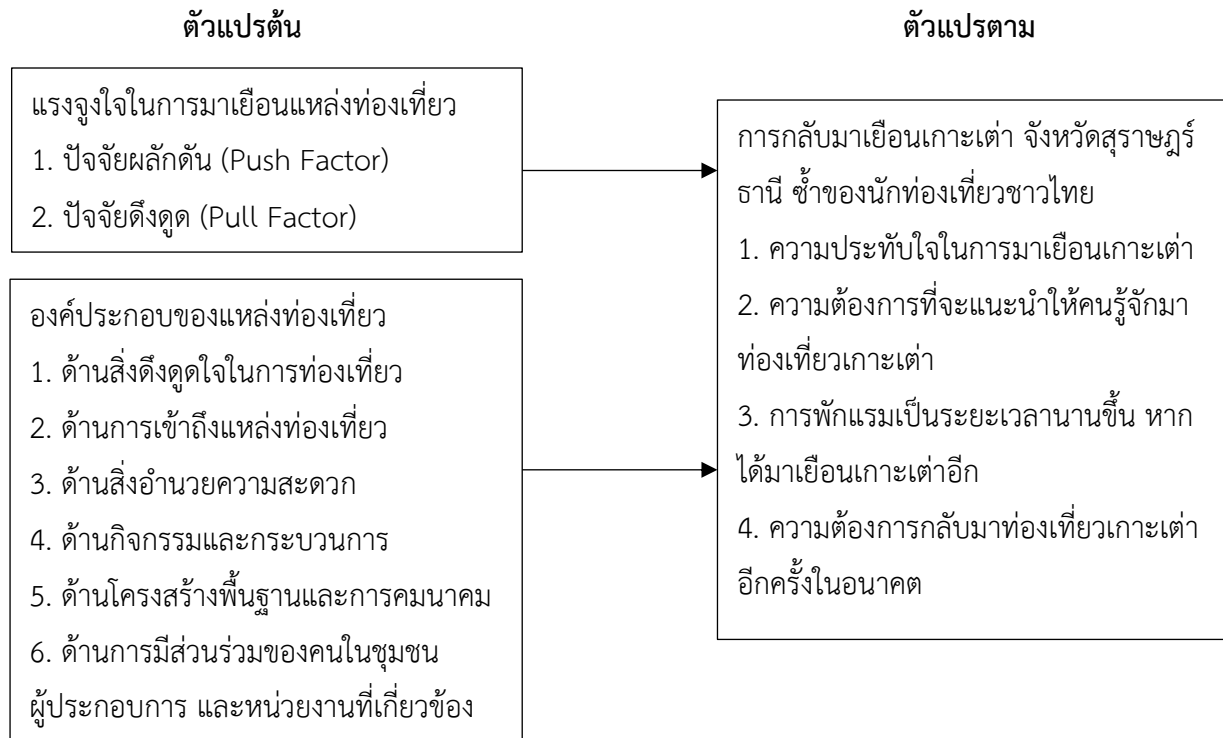
ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่า เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังขาดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทำให้ภาพลักษณ์ของเกาะเต่าที่ยังดูไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นเราควรเร่งพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาธรรมชาติที่สวยงาม และเพิ่มความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลของการวิจัยจะช่วยสนับสนุนให้จังหวัดสุราษฎร์ธานี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ข้อมูลว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของเกาะเต่ามีมากน้อยเพียงใด มีองค์ประกอบด้านใดบ้างที่ต้องปรับปรุง และทำการพัฒนาศักยภาพของเกาะเต่าให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ประชาชนมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างไร แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยคืออะไร และปัจจัยใดที่ให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเต่า ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ.2565 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ.2565 ทั้งนี้จากสถิติมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 97,031 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) เนื่องจากประชากรในการวิจัยมีจำนวนมากไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรทั้งหมดได้ จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยการโดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 398.4 คน ดังนั้นเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ได้แก่ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการมาเยือนซ้ำ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์นำแบบสอบถามฉบับร่างให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน หลังจากทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้ในแบบสอบถาม และแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หากข้อคำถามนั้นๆ มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 หลังจากที่คุณวุฒิได้พิจารณาตรวจสอบแล้ว นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.91 และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) จำนวน 30 ชุด กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเต่า โดยไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ และนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยวิธีการครอนบาค (Cronbach, 1974) โดยค่าความเที่ยงของมาตรวัด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาต้องมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ซึ่งจากการวิเคราะห์ผล พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .906 แบบสอบถามนี้จึงมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ไปทำการเก็บข้อมูลตามที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ ใช้การวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปแบบของตารางพร้อมการบรรยาย

การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการแปลผล

การวิเคราะห์ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการแปลผล

การวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาอายุ 31 ถึง 40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้างมากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และน้อยที่สุดว่างงาน หรือ ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ทั้งนี้ข้อมูลสถานภาพมีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมามีรายได้ 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

2. ข้อมูลแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า แรงจูงใจปัจจัยผลักดันในลำดับที่หนึ่ง คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$) รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) และต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ต้องการบาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.84$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดในการมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดลำดับที่หนึ่ง คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.43$) รองลงมา คือ ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการังและปลาหลากสี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูด ที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.03$)

3. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) และ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่

เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.44$) รองลงมา คือ ความสวยงามของทัศนียภาพบนเกาะ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.42$) และความงดงามของแนวปะการัง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวลำดับที่หนึ่ง คือ ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) และ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ สภาพของเส้นทางในการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกลำดับที่หนึ่ง คือ คุณภาพของห้องพัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) รองลงมา คือ คุณภาพของร้านอาหาร และเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) และ คุณภาพของเรือโดยสารสาธารณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ คุณภาพของแหล่งช้อปปิ้งสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม และ กระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการลำดับที่หนึ่ง คือ ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) รองลงมา คือ ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) และธรรมชาติไม่ถูกทำลายจากการทำกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ การจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมลำดับที่หนึ่ง คือ ระบบไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) รองลงมา คือ น้ำอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) และคุณภาพระบบการสื่อสาร

เช่น สัญญาณโทรศัพท์ Wifi อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$) ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมที่อยู่ลำดับสุดท้าย คือ รถโดยสารสาธารณะสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ลำดับที่หนึ่ง คือ ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยลดการใช้ถุงและภาชนะพลาสติก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมา คือ ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) และลำดับสุดท้าย คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการรณรงค์ เช่น การใช้ป้าย การวางเขตแนวปะการัง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$)

4. ข้อมูลความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มาเยือนเกาะเต่า กลุ่มตัวอย่างมีความประทับใจอย่างมากที่สุดในการมาเยือนเกาะเต่าครั้งนี้ ($\bar{X}=4.36$) และต้องการแนะนำอย่างมากที่สุดให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวเกาะเต่า ($\bar{X}=4.40$) นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังต้องการกลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีกเป็นอย่างมากที่สุด ($\bar{X}=4.42$) และหากได้กลับมาท่องเที่ยวเกาะเต่าอีกจะพักที่เกาะเต่านานขึ้นเป็นอย่างมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) อีกด้วย

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)				
Independent Variable	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1), แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)				
Model Summary					
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin - Watson	
.446	.199	.195	.53097	1.782	
Analysis of Variance	Sum of Square	DF	MS	F	Sig.
Regression	27.737	2	13.868	49.196	.000
Residual	111.646	396	.282		
Total	139.383	398			
Coefficients					
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		(Beta)	t - Value	Sig.
	(B)	Std. Error			
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (X1)	.245	.053	.229	4.658	.000*
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด (X2)	.352	.053	.301	6.104	.000*
ค่าคงที่ (Constant)	2.099	.230		9.137	.000*

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า $F = 49.196$, $Sig. = .000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 พบว่า $Sig.$ น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ .199 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.90 ที่เหลืออีกร้อยละ 80.10 เป็นผล จากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ดังนี้

$$Y = 2.099 + .245X_2 + .352X_3$$

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปร ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน ($Sig. = .000$) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด ($Sig. = .000$) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากค่า $b_1 = 0.245$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.245 หน่วย (หรือร้อยละ 24.5)

จากค่า $b_2 = 0.352$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูดมีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มมากขึ้น 0.352 หน่วย (หรือร้อยละ 35.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูด ($Beta = 0.301$) มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากกว่าแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน ($Beta = 0.229$)

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความคิดเห็นด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Dependent Variable	การกลับมาเยือนซ้ำ (Y)			
Independent Variable	ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (X1), ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3), ด้านกิจกรรม และกระบวนกร (X4), ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม (X5), ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (X6)			
Prediction: Revisitation				
R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Durbin - Watson
.524	.294	.283	.49958	1.755

ตารางที่ 2 (ต่อ)

Analysis of Variance	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	40.687	6	6.781	27.170	.000
Residual	97.587	391	.250		
Total	138.274	397			
Explanation: Variable in Equation					
Independent Variable	Unstandardized Coefficients		(Beta)	t - Value	Sig.
	(B)	Std. Error			
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว(x1)	.379	.064	.321	5.925	.000
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว(X2)	-.016	.053	-.018	-.299	.765
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(X3)	.083	.069	.081	1.208	.228
ด้านกิจกรรม และกระบวนการ(X4)	.242	.062	.241	3.904	.000
ด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม(X5)	-.089	.055	-.106	-1.615	.107
ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน(X6)	.083	.044	.107	1.891	.059
ค่าคงที่ (Constant)	1.544	.227		6.807	.000

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า $F=27.170$, $Sig.=.000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวม

จากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) เท่ากับ .294 แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 29.4 ที่เหลืออีกร้อยละ 70.6 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการที่แสดงค่าได้ดังนี้

$$Y = 1.544 + .379X_2 + .242X_3$$

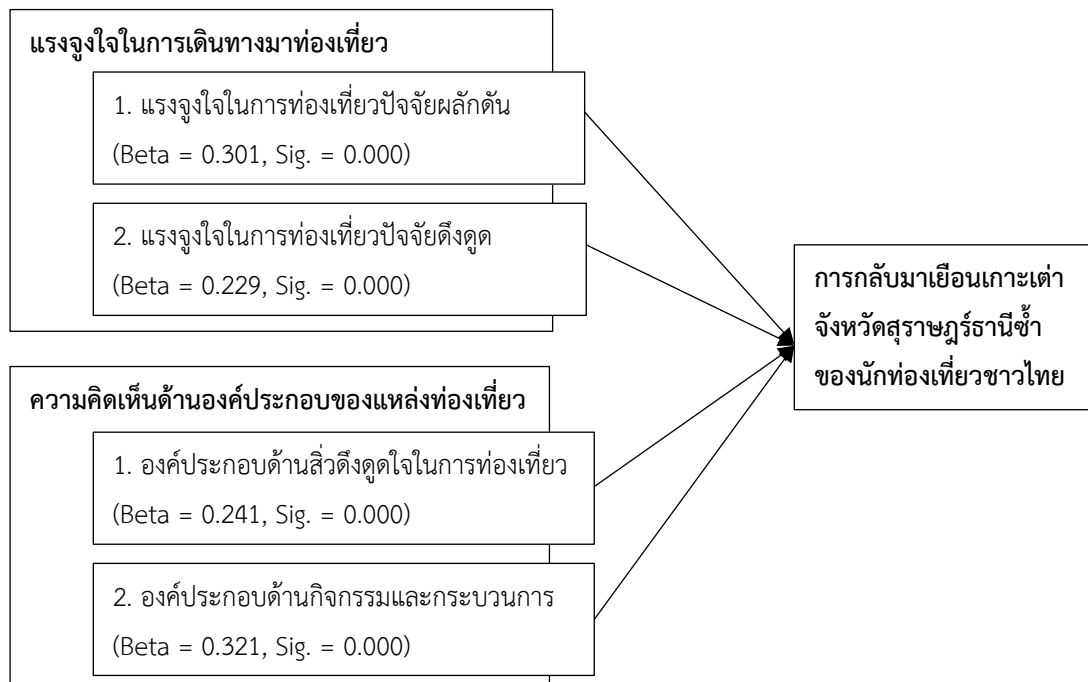
จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้แก่ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($Sig. = .000$) และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ ($Sig. = .000$) ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในขณะที่ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ที่ไม่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม และ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

จากค่า $b_1 = .379$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.379 หน่วย (หรือร้อยละ 37.9)

จากค่า $b_4 = .242$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และ กระบวนการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น 0.242 หน่วย (หรือร้อยละ 24.2)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มากที่สุด (Beta = 0.321) รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Beta = 0.241) ตามลำดับ



ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สรุปและอภิปรายผล

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 31 ถึง 40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรับจ้าง รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย และน้อยที่สุด คือ ว่างาน หรือไม่ได้ประกอบอาชีพ มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้มากกว่า 40,001 บาท มากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 30,001 ถึง 40,000 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยผลักดันมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยผลักดันที่ลำดับที่หนึ่ง คือ ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล ว่ายน้ำ พายเรือ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมาก และต้องการฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ การว่ายน้ำ การดำน้ำ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่อยู่อันดับสุดท้าย คือ ต้องการปาร์ตี้ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับปานกลาง และยังบอกว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจปัจจัยดึงดูด มีภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วแรงจูงใจปัจจัยดึงดูดลำดับที่หนึ่ง คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความขาวของหาดทราย ความใสของน้ำทะเล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ประกอบกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำชมปะการังและปลาหลากสี อยู่ในระดับมากที่สุด และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่แรงจูงใจปัจจัยดึงดูดที่อยู่อันดับสุดท้าย คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของผู้คน ดารา คนดัง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเกาะพะงันนั้น อยู่ติดกับเกาะเต่า ผู้วิจัยคาดว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวคล้ายกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากที่สุด คือ มาเพื่อใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ เป็นต้น และพบว่าแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เดินป่า แคมป์ปิ้ง ซักยานเสือภูเขา ต้องการได้ชื่อว่าเคยมาเที่ยวเกาะพะงันแล้ว ฝึกทักษะกีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำ เป็นต้น เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว กิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำดูปะการัง คุปปลาหลากสี เป็นต้น

ผลการศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ อยู่ในระดับ และด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่อันดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับอัสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2561) เรื่อง การศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการ

พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยที่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น ในระดับปานกลาง และด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษา อิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นเรื่อง ความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วยอิทธิพลของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว 1.แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน เช่น ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เป็นต้น 2.แรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยดึงดูด เช่น ที่พักเป็นมาตรฐานความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น 3.องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เช่น ความงดงามของแนวปะการัง เป็นต้น และ 4.องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม และกระบวนการ เช่น ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับอารีรัตน์ วัชรโนธิกุล (2560) เรื่อง ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้านจังหวัดชลบุรี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเภทเกาะเหมือนกัน ผู้วิจัยจึงคาดว่ามีอิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวคล้ายกัน จากการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน และอิทธิพลที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. อาหารและคนท้องถิ่น 2. ด้านพนักงานและราคา 3. สิ่งแวดล้อมในบริเวณเกาะ 4. ความปลอดภัย 5. พนักงานเรือและกิจกรรม และ 6. ด้านที่พัก

อิทธิพลของแรงจูงใจและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด รวมไปถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการมีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกาะเต่า คือ เพื่อต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติท้องทะเล เช่น ว่ายน้ำ พายเรือ ชมความสวยงามของธรรมชาติ ชมความขาวของหาดทราย ชมความใสของน้ำทะเล เป็นต้น ดังนั้นชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการอนุรักษ์อัตลักษณ์เหล่านี้ให้คงอยู่ รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือการมีกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น จัดให้มีกิจกรรมการปล่อยลูกเต่าคืนสู่ธรรมชาติประจำเดือน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลาย และยังช่วยฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลอีกด้วย

2) ผลการศึกษา พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมดีใจในการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลอิทธิพลในทางบวกต่อระดับความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับราคาค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเกาะให้เป็นมาตรฐาน เช่น การเรียกเก็บค่าเรียนดำน้ำ ค่าเรือ ค่ารถจักรยานยนต์ให้เช่า เป็นต้น ให้มีราคาที่เท่าเทียมกัน และดำเนินการจัดกิจกรรมที่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง และยังทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ยังมีข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับในโอกาสต่อไปต้องใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจหัวข้อดังกล่าวนี้ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนำข้อมูลจากผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำผลการศึกษามาปรับปรุงภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคตที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *ยุทธศาสตร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 16 กันยายน 2564, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2563 (ภาคใต้)* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564, จาก <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=13034>.
- งานนโยบายและแผนสำนักปลัดเทศบาลเทศบาลตำบลเกาะเต่า. (2560). *แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ.2560- 2562)*. สุราษฎร์ธานี: เทศบาลตำบลเกาะเต่า.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2562). *เปิดรางวัลทั่วโลกมอบให้เมืองไทย*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565. จาก <https://www.thairath.co.th/business/economics/1498221>.
- วาสนา สุวรรณจิตร. (2564). กลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย. *วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช*. 32(2) น.145-163.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). *พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อารีรัตน์ วัชรโนอินกุล. (2560). *ความคาดหวังและมิติแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อิสระพงษ์ พลธานี และ อุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 38(5), 18-39.

Cronbach. (1974). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.

PPTVHD36. (2564). ผู้ประกอบการภายในเกาะเต่าลดราคาโรงแรมที่พัก [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/เศรษฐกิจ/143632>.

Yamane, Taro. (1967). *Elementary Sampling theory*. New Jersey. Prentice-Hall.