



องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำ
ในจังหวัดชุมพร

TOURISM COMPONENTS AND PERCEIVED VALUE AFFECTING DIVING
TRAVEL INTENTIONS AT CHUMPHON PROVINCE



อาทิชา ตรีนันทวัน

ARTHICHA TREENUNTAWAN

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

พ.ศ. 2565

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-M-65-001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**TOURISM COMPONENTS AND PERCEIVED VALUE AFFECTING DIVING
TRAVEL INTENTIONS AT CHUMPHON PROVINCE**



ARTHICHA TREENUNTAWAN

**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS
KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-M-65-001**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG PRINCE OF

CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อ	องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวอาทิตยา ตรีนนทวัน
รหัสนักศึกษา	64620033
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำในจังหวัดชุมพร 4) เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร 5) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวซ้ำที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และการรับรู้คุณค่า ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายามส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว, การรับรู้คุณค่า, พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว

Title	TOURISM COMPONENTS AND PERCEIVED VALUE AFFECTING DIVING TRAVEL INTENTIONS AT CHUMPHON PROVINCE
Student	Miss Arthicha Treenuntawan
Student ID	64620033
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2022
Advisor	Assistant Professor Dr. Chutiman Boonual

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the level of opinions of tourists on the components of diving tourism, Chumphon Province. 2) to study the level of opinions of tourists in terms of perceived value in diving tourism, Chumphon Province. 3) to study the level of opinions on the intent to travel behavior of diving tourists in Chumphon Province. 4) to study tourism components affecting diving travel intention behavior of tourists, Chumphon Province. 5) to study the perceived value of diving tourism that affect the behavior of tourists intending to travel in Chumphon Province. A sample of 385 people, who used a questionnaire as a tool for data collection. Using descriptive statistics and reference statistics in data analysis.

The study found that the level of opinions about tourism components affecting intentional behavior to visit diving in Chumphon Province was at a high level. As for the results of the study the level of opinions about perceived values affecting intentional behavior to visit diving in Chumphon Province was at a high level. And the results of the opinion level study about tourist intention behavior affecting the intention of diving tourism in Chumphon Province were at a high level. The results of the hypothesis testing found that the tourism component attraction and activities Affecting the intentional behavior of tourists who come to dive in Chumphon Province. with a statistical significance of 0.05 and the perceived value of time, money and effort affecting the intentional behavior of tourists to visit diving Statistically significant 0.05

Keywords: Tourism components, Perceived value, Intention behavior

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลา ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำ และแก้ไขเนื้อหาให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์รวมทั้งการให้ข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณ ดร.วิชชุตา มาชู ดร.สุจิตรา วุฒิโสภณ และผศ. ดร.ฐิติรัตน์ ถาวรสุจริตกุล ผู้ทรงคุณวุฒิ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงขอขอบคุณสำหรับกำลังใจ ความช่วยเหลือต่างๆ จากครอบครัว เพื่อนๆ และเจ้าหน้าที่ของหลักสูตรฯ ที่สนับสนุนให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านทั้งในเชิงวิชาการ และการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน หากงานวิจัยนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

อาทิชา ตรีนันทวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ III งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
Abstract	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม.....	10
2.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการท่องเที่ยวด่านน้ำจิ่งหวัดชุมพร.....	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว.....	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า.....	16
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว.....	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ IV อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย.....	33
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	35
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	40
4.2 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
4.3 ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	43
4.4 ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจ ท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	48
4.5 ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของ นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	51
4.6 ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว และการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	59
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	63
5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา.....	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ V ังอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก.....	73
ภาคผนวก ข.....	82
ภาคผนวก ค.....	86
ภาคผนวก ง.....	93
ประวัติผู้ศึกษา.....	107



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VI ฝังอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่	
2.1 สกัต์ตัวแปร.....	30
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	40
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	40
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	41
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	41
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	41
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	42
4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนครั้งที่เดินทาง มาดำนน้ำที่จังหวัดชุมพร.....	42
4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จังหวัดชุมพรในครั้งนี้.....	43
4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว.....	43
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนน้ำในจังหวัดชุมพร.....	44
4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งดึงดูดใจ... 44	
4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความสะดวกในการเดินทาง.....	45
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VII อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่	
4.14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านที่พัก..... 47
4.15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน การท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านกิจกรรม..... 47
4.16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มี ผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร..... 48
4.17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มี ผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านเวลา..... 49
4.18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มี ผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านการเงิน..... 49
4.19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มี ผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความพยายาม..... 50
4.20	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจ มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร..... 51
4.21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจ มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ..... 52
4.22	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจ มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร การแนะนำบอกต่อ..... 55
4.23	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำในจังหวัดชุมพร..... 54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่	
4.24 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ.....	55
4.25 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	56
4.26 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำน้ำมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ดำน้ำในจังหวัดชุมพร.....	57
4.27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ IX อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่	
1.1 สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร.....	2
1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2.1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร.....	11



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ X ำงอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

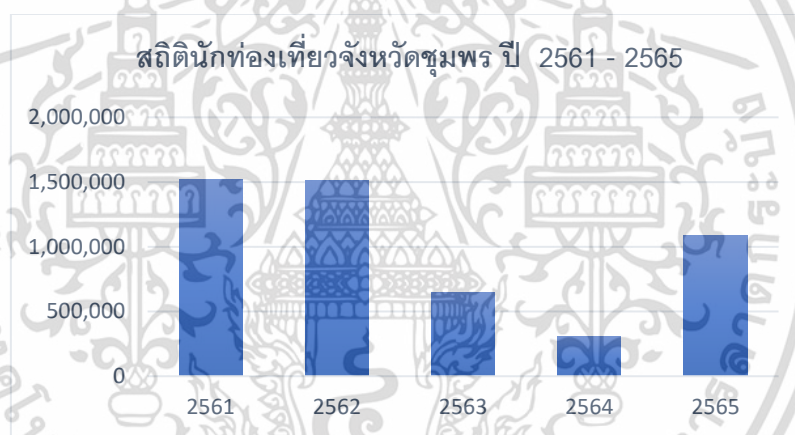
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีขนาดใหญ่ และมีความสำคัญอย่างมากที่ทำให้หลายๆ ประเทศสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาล อีกทั้งยังสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง สำหรับประเทศไทยแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและการท่องเที่ยวไทยยังถือได้ว่ามีชื่อเสียงอันดับต้นๆ ของโลก ทั้งทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ธรรมชาติ ศิลปะวัฒนธรรม อาหาร วิถีชีวิต รวมไปถึงอัยาศัยที่ดีของคนไทย ส่งผลทำให้ประเทศไทยขึ้นชื่อว่า สยามเมืองยิ้ม ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกต่างให้ความสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันองค์กรธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในลักษณะของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป โดยเกิดความเสื่อมโทรมน้อยที่สุด ขณะที่มีการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรที่มีอยู่ในรูปของสินค้าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเนื่องจากกระบวนการพัฒนาประเทศเพื่อให้เป็นไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึงการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้นการท่องเที่ยวในปัจจุบันถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ ทั้งยังสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจซึ่งเกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่น ซึ่งภาพรวมจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จเติบโต รวมทั้งการมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ (ภากรณ์ โปทะ และกิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์, 2566)

จังหวัดชุมพรได้ชื่อว่าเป็น เมืองหาดทรายสวยสี่ร้อยลิ่ เป็นหนึ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกกำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วน ตามแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว และพื้นที่จังหวัดเมืองรอง จังหวัดชุมพร ด้วยความได้เปรียบของสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่แคบและยาวตามแนวเหนือใต้ขนาดด้วยเทือกเขาตะนาวศรีและชายทะเลอ่าวไทยมีหาดทรายยาว 222 กิโลเมตร (1 ลิ่ = 0.5 กม.) สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และเป็นแหล่งหอยมือเสือที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดชุมพรมีการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่กับการท่องเที่ยวกระแสหลักได้อย่างกลมกลืน จนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง (MGR Online, 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การท่องเที่ยวชมพร จุดเด่นของที่นี่ คือ ความสวยงามของธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติที่หลากหลาย และมีเกาะมากมาย ชายหาดและเกาะขึ้นชื่ออยู่หลายที่ เช่น หาดทรายรี อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร เกาะง่ามน้อย - ง่ามใหญ่ เกาะร้านเป็ด - ร้านไก่ เกาะทะลุ และอื่น ๆ เป็นต้น ด้วยเหตุที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ จึงทำให้มีจำนวนผู้มาเยือนเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรเพิ่มมากขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2561 มีจำนวน 1,520,073 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.95 จากปี พ.ศ. 2560 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 1,514,747 คน ซึ่งลดลงร้อยละ 0.35 จากปีก่อน และในปี พ.ศ. 2563 - 2564 ได้มีการเกิดโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด - 19) จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนจังหวัดชุมพรลดน้อยลง ซึ่งปี พ.ศ. 2563 ลดลงร้อยละ 57.23 และปี พ.ศ. 2564 ลดลงร้อยละ 52.11 ต่อมาในปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด - 19) ได้คลี่คลายและมีแนวโน้มในทางที่ดีขึ้น มีการผ่อนปรนมาตรการและข้อจำกัดต่างๆ สำหรับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคม จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลมาเยือนจังหวัดชุมพรเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,091,134 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 251.68 จาก 2 ปีที่ผ่านมา (ดังภาพที่ 1.1)



ภาพที่ 1.1 สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร ปี 2561 - 2565

แหล่งที่มา : รายงานประจำปีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2565).

แม้จังหวัดชุมพรจะมีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดชุมพรยังถูกมองว่าเป็นเพียงแค่เมืองผ่านไม่เหมาะกับการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคใต้ ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานชุมพรในการหาแนวทางเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว เช่น ให้มีการส่งเสริมจังหวัดชุมพรให้เป็นศูนย์การท่องเที่ยวในการให้บริการประชาชน มีการเพิ่มขีดความสามารถการขนส่งทางอากาศ มีการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์นำเสนอจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งในรูปแบบระบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนงานประเพณีในพื้นที่ต่างๆ เช่น งานแห่พระแข่งเรือขึ้นโขงชิงธงลุ่มน้ำหลังสวน งานเทศกาลพระเกี้ยวตรึงลมชุมพรเขตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุดมศักดิ์ งานโลกทะเลชุมพร และงานวิ่งแหวกทะเลสู่เกาะพิทักษ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐดังกล่าวจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรไม่ให้เป็นเพียงแค่เมืองทางผ่านอีกต่อไป และสามารถสร้างความสนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรให้แก่ักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

โดยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรับรู้และทัศนคติขององค์ประกอบหลายๆ ด้านรวมกันของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ และยังเป็นตัวแปรที่ใช้วัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย (อดิลักษณ์ พุ่มอิม, 2566) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ (Upekshani, 2019)

การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ เป็นประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวในการรับรู้คุณค่าซึ่งทำให้เกิดการตอบสนองทั้งการรับรู้และอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ (Bertella, 2016) ปัจจัยของความพึงพอใจในการรับรู้คุณค่าของประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ มีทั้งคุณค่าทางการเงินและคุณค่าที่ไม่เป็นตัวเงิน การรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวนั้น คือการประเมินการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมักจะประเมินการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์ที่พวกเขาได้รับขณะเดินทาง ครึ่งยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Carvache-Franco et al, 2022)

ประกอบกับการท่องเที่ยวดำน้ำที่ทะเลชุมพร จังหวัดชุมพรเมืองรองที่มีดีกว่าเป็นแค่ทางผ่านเข้าสู่ภาคใต้ ถึงแม้ว่าชุมพรจะเป็นจังหวัดเล็ก ๆ ที่เพียบพร้อมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย จุดเด่นของชุมพรที่หลายคนมองข้ามคือ การดำน้ำตื้น ที่หลายคนไม่รู้วาทะเลฝั่งอ่าวไทยอย่างชุมพรก็มีดีไม่แพ้ฝั่งอันดามัน และมีความหลากหลายทางธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์อยู่ได้ท่องเที่ยวทะเล ไม่ว่าจะเป็ทุ่งปะการัง ดงดอกไม้ทะเลหลายสีสันตัดกับสีน้ำทะเล ปลาสายพันธุ์ต่าง ๆ และฉลามวาฬ “ยักษ์ใหญ่ใจดีแห่งท้องทะเล” ก็สามารถพบเห็นได้บ่อยมากที่ทะเลชุมพร ตามเกาะต่าง ๆ เช่น เกาะร้านเป็ด - ร้านไก่ เกาะง่าม เป็นต้น นอกจากการท่องเที่ยวแบบดำน้ำตื้นแล้ว ก็ยังมีการท่องเที่ยวดำน้ำลึกตามเกาะต่างๆ เพื่อชมความงดงามของธรรมชาติใต้ท้องทะเล และจังหวัดชุมพรยังมีกิจกรรมเปิดเส้นทางศึกษาธรรมชาติใต้น้ำแห่งแรกในไทย ที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร สำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาดำน้ำทำกิจกรรมนี้จะเห็นสภาพใต้น้ำของท้องทะเลชุมพร นอกจากจะมีแนวการังที่อุดมสมบูรณ์ มีหมู่ปลาน้อยใหญ่มากมายแล้ว ยังมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการดำน้ำศึกษาธรรมชาติหลายอย่าง อาทิ น้ำทะเลมีความใสในระดับค่อนข้างดี ไม่ค่อยมีกระแสน้ำรุนแรง แสงแดดส่องถึงค่อนข้างดี ทำให้มองเห็นใต้น้ำได้ไกลพอสมควร อีกทั้งยังมีความลึกที่เหมาะสม

จากความสำคัญขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว และการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่จะช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ประกอบกับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวชุมพร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยว ดำน้ำในจังหวัดชุมพร และให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและความประทับใจในการท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวดำน้ำ จังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำน้ำ จังหวัดชุมพร

1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมมารั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำ จังหวัดชุมพร

1.2.4 เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมมารั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร

1.2.5 เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำน้ำที่ส่งผลต่อพฤติกรรมมารั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 สมมติฐานที่ 1 : องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมมารั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว

1.3.2 สมมติฐานที่ 2 : การรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำน้ำส่งผลต่อพฤติกรรมมารั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 ตัวแปรอิสระ

1.4.1.1 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) สิ่งดึงดูดใจ
- 2) ความสะดวกในการเดินทาง
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก
- 4) ที่พัก
- 5) กิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.1.2 การรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย

- 1) คุณค่าด้านเวลา
- 2) คุณค่าด้านการเงิน
- 3) คุณค่าด้านความพยายาม

1.4.2 ตัวแปรตาม

1.4.2.1 พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การท่องเที่ยวซ้ำ
- 2) การแนะนำบอกต่อ

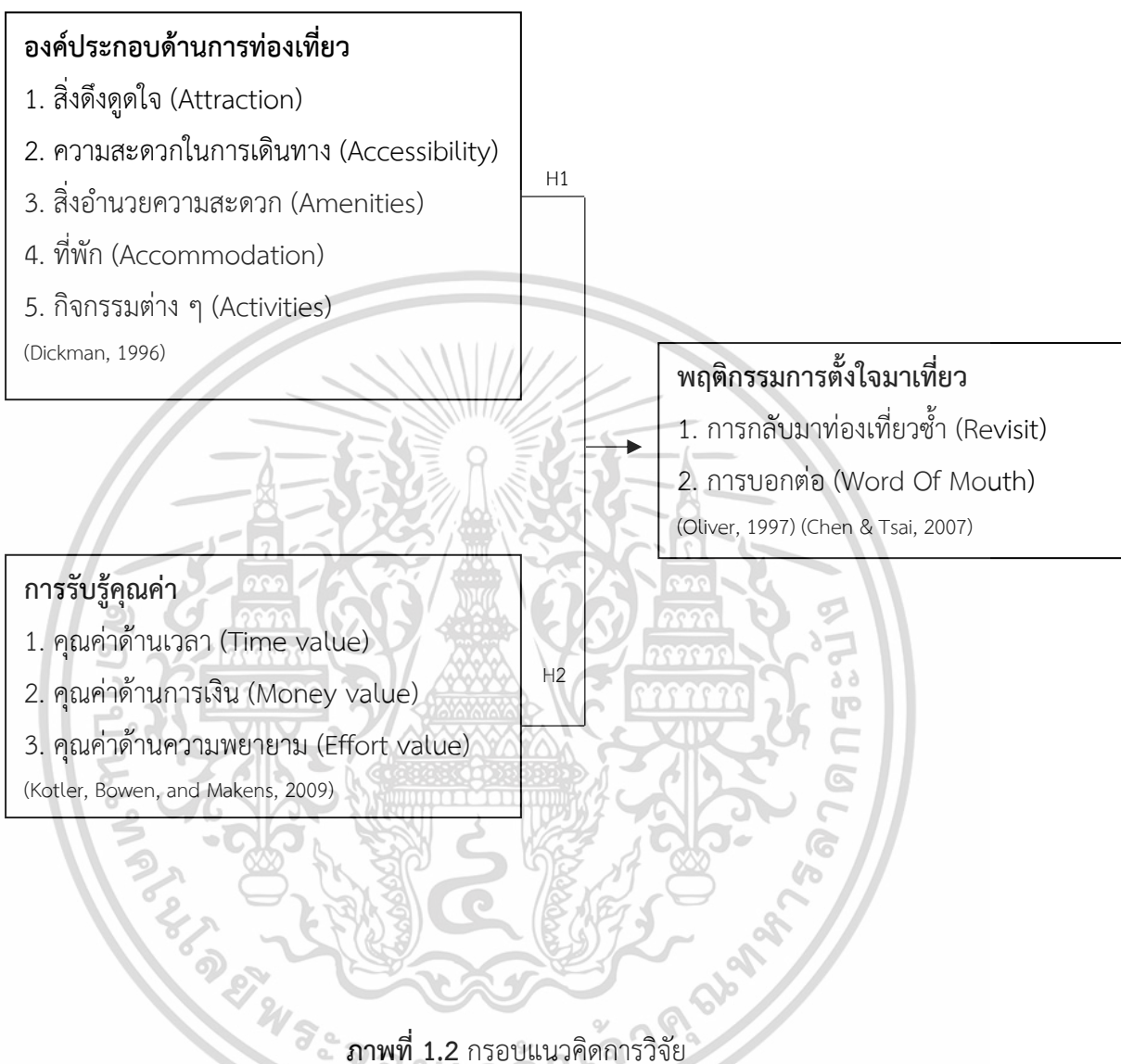


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร โดยศึกษาจากองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของ Dickman, (1996) การรับรู้คุณค่าของ Kotler, Bowen, and Makens, (2009) และพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของ Oliver, (1997) และ Chen & Tsai, (2007)

1.6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษากับนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำกับบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.6.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาดำน้ำ จังหวัดชุมพร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

1.6.4 ขอบเขตระยะเวลา

กำหนดเริ่มต้นการศึกษาวิจัยตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 สิ้นสุดสรุปผลการวิจัยภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์เชิงการจัดการ

1.7.1.1 เพื่อเป็นข้อมูลให้กับภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนา ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพรให้มีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจ

1.7.1.2 เพื่อเป็นแนวทางให้กับภาครัฐและภาคเอกชนได้ทราบว่าองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่วนไหนควรที่จะส่งเสริม สนับสนุน และใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.7.1.3 ผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยมาเป็นข้อมูลในการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7.2 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

เพื่อสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 5 ประการหรือ 5A's ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม

ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมในการพักผ่อนหย่อนใจ

ด้านความสะดวกในการเดินทาง หมายถึง ความสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และสะดวก ระบบขนส่งมีบริการเพียงพอ แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการจราจรที่ดี มีบริการข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่นๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

ด้านที่พัก หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนที่พักเพียงพอต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาตรฐาน บรรยากาศของที่พักไม่แออัด รุนแรง สามารถเป็นที่หย่อนใจได้ และมีความหลากหลายให้เลือก เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์

ด้านกิจกรรม หมายถึง สิ่งที่มีภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรม ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การดำน้ำ การถ่ายรูปใต้น้ำ การรับประทานอาหาร การไหว้พระ เป็นต้น

การรับรู้คุณค่า หมายถึง ระดับการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการเมื่อเทียบกับต้นทุนที่ลูกค้าจ่ายไป โดยเปรียบเทียบอัตราประโยชน์ทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับจากการ ใช้สินค้าและบริการ

การรับรู้คุณค่าด้านเวลา หมายถึง การประเมินในทางบวกเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาที่เสียไปในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การใช้เวลาในวันหยุดกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

การรับรู้คุณค่าด้านการเงิน หมายถึง การประเมินในทางบวกเมื่อเปรียบเทียบกับเงินที่จ่ายไปเมื่อใช้บริการตามยังสถานที่ต่างๆ เช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น

การรับรู้คุณค่าด้านความพยายาม หมายถึง การประเมินในทางบวกเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ตั้งใจทำลงไป ถึงแม้ว่าสิ่งๆ นั้นอาจจะมีผลลำบากหรืออุปสรรคอยู่บ้าง แต่ก็สามารถทำงานสำเร็จ เช่น ความพยายามที่จะดำน้ำลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเล

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว หมายถึง ความรักดีของนักท่องเที่ยวเป็นความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว โดยเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใด และรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นถึงการรับรู้คุณค่า ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นและส่งผลให้เกิดความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น โดยการตั้งใจว่าจะเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคตหรือ การแนะนำบอกต่อในทางบวก

การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีพันธะสัญญาว่าจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เกิดจากความชื่นชอบในด้านต่างๆ ในการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

การบอกต่อ หมายถึง การบอกต่อแบบปากต่อปาก เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ เกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ จึงมีการบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย โดยมีประเด็นและรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพร มีพื้นที่ทั้งหมด 6,010 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ทางตอนบนสุดของภาคใต้ บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ลักษณะพื้นที่เป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ตอนบนฝั่งอ่าวไทยมีรูปร่างที่เรียวยาวตามแนวเหนือ - ใต้มีความยาวตามแนวชายฝั่งทะเลประมาณ 222 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางรถยนต์ประมาณ 498 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟ 476 กิโลเมตร (ที่มา : กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง) มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ต่างๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอท่าแซะ และอำเภอปะทิว ติดต่อกับอำเภอบางสะพานน้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ทิศใต้	มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอละแมและอำเภอพะโต๊ะ ติดต่อกับอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ทิศตะวันออก	มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอปะทิว อำเภอเมือง อำเภอสวี อำเภอทุ่งตะโกอำเภอหลังสวน และอำเภอละแมติดต่อกับอ่าวไทย
ทิศตะวันตก	มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอท่าแซะติดต่อกับอำเภอกระบือ จังหวัดระนองและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เขตอำเภอเมือง อำเภอสวี อำเภอหลังสวน และอำเภอพะโต๊ะ ติดต่อกับอำเภอกระบือ อำเภอละอุ่น อำเภอ เมืองระนอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

แหล่งที่มา: แผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร, (2562).

จังหวัดชุมพร เป็นจังหวัดเหนือสุดของภาคใต้บริเวณคอคอดกระระหว่างละติจูด 10 องศา 29 ลิปดาเหนือ ลองจิจูด 99 องศา 11 ลิปดาตะวันออก ซึ่งลักษณะพื้นที่แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ทางทิศตะวันตกมีลักษณะเป็นที่สูง มีเทือกเขาภูเก็ท และเทือกเขาตะนาวศรีเป็นแนวกันเขตแดนธรรมชาติ
2. บริเวณตอนกลางเป็นที่ราบลุ่มอุดม สมบูรณ์เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด
3. พื้นที่ทางทิศตะวันออกของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบตามแนวชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย ลักษณะชายหาดของจังหวัดชุมพรค่อนข้างเรียบมีความโค้งเว้าน้อย

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดชุมพร จะแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลักๆ คือ

1. ด้านการเกษตร และประมง พืชเศรษฐกิจของชุมพรประกอบด้วย ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ทูเรียน มะพร้าว ไม้ผล ส่วนในด้านการประมงเนื่องจากชุมพรเป็นจังหวัดที่มีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 222 กิโลเมตร การทำประมงจึงสำคัญมาก โดยมีระยะเวลาการทำประมงประมาณ 7-9 เดือน และช่วงที่ทำการประมงไม่ได้คือระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ซึ่งเป็นหน้ามรสุม คลื่นลมแรง และช่วง

กุมภาพันธุ์-พฤษภาคมของทุกปี เพราะเป็นฤดูปลาวางไข่
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ด้านอุตสาหกรรม จากข้อมูลโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดชุมพรในปี พ.ศ. 2556 โดยมีโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 586 แห่ง มูลค่าการผลิต 23,586 ล้านบาท คนงานจำนวน 12,294 คน โรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองชุมพร รองลงมาคือ อำเภอท่าแซะ และอำเภอหลังสวนตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรม ต่อเนื่องจากการเกษตร เช่น อุตสาหกรรมผัก และผลไม้บรรจุกระป๋อง สกัดน้ำมันปาล์ม อาหารทะเลแช่แข็ง และปลาป่น

3. ด้านการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดประตูสู่ภาคใต้ มีความหลากหลายทางธรรมชาติทั้งหาดทราย ชายทะเล เกาะแก่ง และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดชุมพรกลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาค การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทุกปี ซึ่งตลาดหลักยังคงเป็นคนไทยที่มีอัตราการเติบโตในทิศทางบวก ซึ่งส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นหมู่คณะ และครอบครัว

2.1.2 ข้อมูลการท่องเที่ยวด้านน้ำจังหวัดชุมพร

ทะเลชุมพร เป็นแหล่งดำน้ำที่มีเอกลักษณ์และมีความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล อาทิ ปะการังสีด้า ดอกไม้ทะเล หอยเบี้ย แส้ทะเล ทากทะเล ถ้วยทะเล สัตว์น้ำและปลานานาพันธุ์ รวมทั้งฉลามวาฬ แหล่งดำน้ำที่โดดเด่นของทะเลชุมพร ได้แก่

เกาะง่ามใหญ่ เป็นแหล่งดำน้ำที่มีถ้ำใต้น้ำที่ประกอบไปด้วยปะการังแข็ง ปะการังหนัง ดอกไม้ทะเล กัลปังหา ฟองน้ำ รวมถึงปลาหลากหลายชนิดและเต่าทะเล

เกาะง่ามน้อย เป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ทางตอนใต้ของเกาะง่ามใหญ่ ปะการังที่พบเป็นปะการังหนัง แส้ทะเล นอกจากนี้ยังพบปลาเก๋า ปลากระพง ปลากระเบน และปลาไหล

เกาะหลักง่าม เป็นแหล่งดำน้ำที่มีปะการังดำจำนวนมากราวกับต้นไม้หลากสี รวมถึง ดอกไม้ทะเล และฟองน้ำ เกาะหลักง่ามยังมีฝูงปลาซาก หมึก ทากทะเล และหอยเบี้ย

หินแพ เป็นแหล่งดำน้ำที่น่าสนใจอยู่ในแนวหินทางตอนเหนือของเกาะง่ามใหญ่ ประกอบไปด้วย ปะการังดำ ดอกไม้ทะเล หอยมือเสือ แส้ทะเล ปลาซาก ปลาผีเสื้อ กระเบนขนาดใหญ่ ปลาหมอ ขนาดใหญ่ ปลานกแก้ว รวมถึงฉลามวาฬที่พบเห็นได้บ่อย

หาดทุ่งวัวแล่น เป็นชายหาดที่มีเม็ดทรายสีขาวนวลละเอียด ทอดตัวยาวสุดสายตา ลักษณะเป็นชายหาดน้ำตื้นค่อยๆ ลาดเอียงลงที่ละน้อย เหมาะแก่การเล่นน้ำ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ส่วนทางด้านใต้ของหาดติดภูเขาจะเป็นหาดที่มีหินอยู่มากมาย

เกาะทะเลลู เป็นแหล่งที่อยู่ของเหล่าปลาน้อยใหญ่ ลักษณะเด่นของเกาะทะเลลูก็คือมีโพรงถ้ำขนาดใหญ่หลายถ้ำคร่อมอยู่บนเกาะ เป็นจุดถ่ายรูปที่ไม่ควรพลาดอีกจุดหนึ่ง บริเวณนี้จะพบปะการังและปลาหลากหลายชนิด เช่น ปะการังเขากวาง ปะการังสมอง ปะการังดอกไม้ ฝูงปลากล้วย และฝูงปลากระโทงแทงรวมตัวใหญ่ เป็นต้น หากโชคดีเรายังมีโอกาสเจอฉลามหูดำอีกด้วย

เกาะลังกาจิว เป็นเกาะที่เราสามารถเดินขึ้นหาดเพื่อไปเดินชมบรรยากาศรอบ ๆ ได้ และสามารถดำน้ำตื้นหน้าหาดเพื่อชมปะการังน้ำตื้นได้อีกด้วย แต่ปะการังน้ำตื้นที่นี้อาจมีให้ชม

น้อยหากเทียบกับเกาะอื่น ๆ จุดสำคัญของเกาะลังกาจิว คือเป็นเกาะที่มีการสัมปทานรังนก เพราะมีนกนางแอ่น และค้างคาวจำนวนมากทำรังอาศัยอยู่

เกาะหลักแรต เป็นเกาะเล็ก ๆ ที่มีลักษณะคล้ายแรต เป็นอีกจุดหนึ่งที่คนมักจะนิยมมาดำน้ำตื้นกัน แม้เกาะนี้แทบจะไม่สามารถย่างก้าวขึ้นบนเกาะได้เลย แต่ลงไปดำน้ำถ่ายรูปรูปกับดอกไม้ทะเลสวยงามใต้น้ำก็เป็นตัวเลือกที่ไม่เลว เราจะพบกับฝูงปลานานาชนิดและดอกไม้ทะเลที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์

เกาะมาตรา เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาวนวลสลักกับโขดหิน จะมีปะการังน้ำตื้นที่เราสามารถไปดำน้ำดูความสวยงามของธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของหมู่เกาะทะเลชุมพร ปะการังที่พบส่วนใหญ่เป็นปะการังก้อน แต่จะพบเหล่าสัตว์ทะเลหลายชนิด เช่น ปลาการ์ตูน ปลา สลิดหินขนาดเล็ก ปลานกขุนทอง ปลาเขียวพระอินทร์ ปลาปักเป้า หอยมือเสือ และปูไก่ เป็นปูมีเสียงร้องคล้ายไก่ แยมปีนต้นไม้ได้อีกด้วย

เกาะพิทักษ์ ชาวบ้านได้รวมตัวกันตั้งเป็นชุมชนโฮมสเตย์ให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตของชาวบ้าน โดยมีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว คือ การศึกษาวิถีชีวิตชุมชนประมง รับประทานอาหารทะเลสดๆ มีคุณภาพ รสชาติอร่อย การล่องเรือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น เกาะพิทักษ์นับเป็นชุมชนหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นชุมชนที่มีความน่าสนใจ และเป็นเกาะที่ยังคงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่สวยงามรอบเกาะไว้ได้อย่างดี

เกาะมะพร้าว เป็นเกาะขนาดเล็ก มีหาดทรายสีขาวนวลยาวประมาณ 100 เมตร บนเกาะมีสภาพภูมิทัศน์สวยงาม มาพร้อมกับแนวปะการังอุดมสมบูรณ์ทางตะวันตกของเกาะ นักท่องเที่ยวจึงสามารถลงเล่นน้ำ พร้อมกับดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นได้

เกาะร้านเบ็ด - ร้านไก่ อันซีนทะเลชุมพร ตามหาดลามาว่าเจ้าถิ่น มีลักษณะเป็นเกาะหินปูนขนาดเล็ก ไม่มีชายหาด ไม่มีบ้านพักและคนอาศัยอยู่ สำหรับเกาะร้านเบ็ด ร้านไก่ ถือว่าเป็นสวรรค์ของคนรักการดำน้ำ ชมทุ่งปะการังสีเหลืองอ่อน ปะการังสีขาว ปะการังสีทอง ปะการังครก ปะการังถ้วยส้ม และปลาน้อยใหญ่ทั้ง ปลากล้วยแถบเหลือง ปลาข้างเหลือง ปลา นกแก้ว ปลานกขุนทอง ปลาการ์ตูน รวมถึงชมทุ่งดอกไม้ทะเล ซึ่งจุดนี้ถือได้ว่าเป็นทุ่งดอกไม้ทะเลที่สมบูรณ์ที่สุดและสวยที่สุดในอ่าวไทย นอกจากหาดลามาว่าที่เป็นไฮไลต์แล้ว ยังมีกำแพงหินใต้ทะเล กัลปังหารูปพัดเป็นจำนวนมาก และห้ามพลาดการดำน้ำลอดใต้ถ้ำรูปหัวใจ (The heart of the sea)

ทะเลอ่าวไทยใต้ เป็นแหล่งดำน้ำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีลักษณะของบรรยากาศโลกใต้ทะเลที่มีแนวปะการังโดยรอบเกาะและกองหินใต้น้ำ สิ่งมีชีวิตทางทะเลที่พบเจอจะคล้ายคลึงกับทะเลชุมพร ซึ่งแหล่งดำน้ำที่โดดเด่นของทะเลอ่าวไทยใต้ ได้แก่ เกาะเต่า ที่มีจุดดำน้ำที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

กองหินชุมพรจุด คือ จุดดำน้ำชื่อดังที่สุดของเกาะเต่ามีลักษณะเป็นกองหินขนาดใหญ่ที่มีความลึกโดยประมาณ 12 - 32 เมตร ประกอบไปด้วย ปะการังดำ ดอกไม้ทะเล ปลาเก๋า

ดอกหมากขนาดยักษ์ ปลาสาก ปลาหูช้าง ปลากระมง ปลาหมอตะเล รวมถึงฉลามวาฬที่เป็นที่ประทับใจของนักดำน้ำ

กองตู่กู เป็นจุดดำน้ำที่มีปะการังที่งดงาม มีฝูงปลาเก่าขนาดใหญ่และฝูงปลาอื่น ๆ หลากหลายชนิด

หินวง มีลักษณะเป็นกองหินที่มีปะการังอ่อนและปะการังดำที่สวยงาม รวมถึงสิ่งมีชีวิตใต้ ห้องทะเลชนิดอื่นๆ นานาพันธุ์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ เพื่อพักผ่อนหรือเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ การท่องเที่ยวสามารถเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อความสนุกสนานและผ่อนคลายใจหรือเป็นกิจกรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และเจริญพัฒนาด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ การเรียนรู้การบริหารจัดการเงินและเทคโนโลยี และการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ แล้วยังมีลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่ไร้ตัวตนกล่าวคือ การท่องเที่ยวเป็นการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่นอย่างน้อย 5 องค์ประกอบดังนี้ 1. ที่พัก 2. การเข้าถึง 3. สิ่งดึงดูดใจ 4. สิ่งอำนวยความสะดวก 5. กิจกรรม (Chuyabumrung, 2013)

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศหลายๆ ประเทศ (United Nations World Tourism Organization, 2018) หลักการที่สำคัญและเป็นหัวใจของการประสบความสำเร็จในการท่องเที่ยวนั้นสามารถสรุปได้เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายและแนวคิดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

Pelasol (2015) กล่าวว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว ดังนี้ 1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ กระบวนการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ 2. สิ่งดึงดูดใจทางแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ 3. สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบาย 4. กิจกรรมท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 5. ที่พัก คือ สถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวในการพักผ่อน

Camilleri (2019) ได้ให้ความหมายว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่เป็นองค์ประกอบในการให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งมี 5 องค์ประกอบหลัก คือ สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม

Morrison (2020) ได้อธิบายความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ดังนี้อองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 ประการ (5A's) ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พักร (Accommodations) และกิจกรรม (Activities)

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก เนื่องจากเป็นโอกาสที่ดีในการพักผ่อนและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพราะมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสถานที่นั้นๆ ด้วย การท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางไปเยือนสถานที่และเพลิดเพลินกับการพักผ่อน แต่เป็นกิจกรรมที่มีองค์ประกอบหลายด้าน ซึ่งแต่ละด้านมีความสำคัญและควรถูกพัฒนาอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้ท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการเดินทาง ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวจึงมีแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมและท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับผู้ท่องเที่ยวและสถานที่นั้นๆ ได้อย่างเหมาะสม

ในปี 1996 Dickman ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A's) ที่แสดงถึง 5 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการและการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 5A's นั้นเป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่ออธิบายองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว โดยระบุถึงด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเข้าถึงและการนำเสนอสิ่งที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

Dickman (1996) กล่าวว่าสิ่งที่ดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง และโดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง และได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวว่า มี 5 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทั้งในเชิงธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก งานประเพณี เทศกาลต่างๆ และกิจกรรมการประชุม

2. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึงสภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทาง เช่น ระยะทางจากตัวเมืองซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทาง เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และคำว่าจราจรสาธารณะแพงหรือถูก เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenities) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด

4. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัยของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ ฯลฯ

5. กิจกรรมต่างๆ (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและประสบการณ์ของการท่องเที่ยวในช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

สรุปได้ว่าองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's นั้นนับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและตอบสนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงเจ้าของพื้นที่ว่าจะสามารถผสมผสานและพัฒนาองค์ประกอบ 5A's ได้มากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการผสมผสานทั้งด้านของสิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรมต่างๆ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า

แนวคิดเรื่องมูลค่าที่รับรู้ได้นั้นสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค และยังมีปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยมีการให้คำจำกัดความถึงการรับรู้คุณค่าไว้ดังนี้

นันทิธา พุมมาพันธุ์ (2561) การรับรู้คุณค่า คือ ระดับการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ เมื่อเทียบกับต้นทุนที่ลูกค้าจ่าย โดยเปรียบเทียบบรรดประโยชน์ทั้งหมดที่ลูกค้า ได้รับความจากการใช้สินค้าและบริการของผู้ให้บริการประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าซึ่งความพึงพอใจและยินดีต่อการซื้อซ้ำ

Hardjanti & Promsivapallop (2019) การรับรู้การรับรู้คุณค่า หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวใช้บริการหรือซื้อสินค้า จะมีการประเมินผลการซื้อโดยพิจารณาจากสิ่งที่คาดว่าจะได้รับ

กฤติมา ประวัตติเจริญ (2565) การรับรู้คุณค่า คือ การประเมินทุกสิ่งทุกอย่างจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านคุณลักษณะ และความสามารถของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยการรับรู้คุณค่ายังเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งอาจหมายถึงรวมถึงเวลา ราคา คุณภาพ หรืออะไรก็ตามที่ลูกค้าต้องการและได้รับความจากการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ

สุรพร อ่อนพุทธา (2566) การรับรู้คุณค่า หมายถึง เป็นการรับรู้ได้ถึงคุณค่าจากการเข้าไปใช้บริการและผลิตภัณฑ์สามารถพิจารณาได้จากอารมณ์ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป โดยเป็นการวัดจากมิติอารมณ์และความรู้สึก

คุณค่าที่รับรู้การรับรู้คุณค่าของลูกค้า หมายถึง การประเมินอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนที่จ่ายออกไปกับคุณค่าที่เป็นผลประโยชน์โดยรวมของผู้บริโภค ทั้งนี้ (Kotler & Keller, 2006) กล่าวว่า ผลประโยชน์โดยรวมของคุณค่าทั้งหมด หมายถึง คุณค่าที่เป็นผลประโยชน์ทั้งหมด ที่ลูกค้าคาดหวังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการนั้น ส่วนต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่ายไป หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะต้องจ่ายเพื่อให้ ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นเมื่อลูกค้ารับรู้ได้ว่าประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นสูงกว่าต้นทุนทั้งหมดที่ต้องจ่ายไป จึงก่อให้เกิดความรู้สึกยินดีในการบริโภค และแสดงออกในพฤติกรรมความชอบพร้อมให้การอุปถัมภ์ผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นๆ เป็นอันดับแรก รวมถึงไม่เปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่เป็นตัวเลือกอื่นๆ ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยทางการตลาดพยายามจูงใจก็ตาม ซึ่งหมายถึง ความจงรักภักดีของลูกค้านั่นเอง (Caruana, 2002) มากไปกว่านั้น (Zeithaml, 1988) ได้นิยามถึงคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ หมายถึง การที่ลูกค้าได้ตระหนักถึงคุณภาพของสินค้า และประโยชน์ใช้สอยของสินค้าหรือบริการนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งมาจากการประมวลการรับรู้ของสิ่งที่ได้รับและการได้รับของตัวผู้บริโภคเองว่าสินค้านั้นๆ มีคุณประโยชน์อย่างไร ได้อรรถประโยชน์โดยภาพรวมจากสินค้านั้นๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นองค์ประกอบของการ “รับ” และ “ให้” สินค้าหรือบริการนั้นๆ มีลักษณะการใช้งานหรือคุณค่าที่โดดเด่นแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ อย่างไร โดยเปรียบเทียบกับคาดหวังของลูกค้ากับคุณประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้าที่สามารถกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ ประกอบด้วย คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ (Perceive Value) กล่าวคือความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าหากบริการที่ได้รับดีกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะนำพามาซึ่งการตัดสินใจซื้อต่อไป (เอมมิกา ปานอุทัย และกัมปนาท สิริโยธา, 2563)

แนวคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived value) ของ Kotler, Bowen, and Makens (2009) ประกอบด้วย

1. คุณค่าด้านเวลา (Time value) การรับรู้คุณค่าในด้านเวลาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์และเวลาที่ผู้บริโภคใช้กับแหล่งท่องเที่ยว สัมผัสการพักผ่อนหรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินทางสามารถสร้างความพึงพอใจและคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้ ยกตัวอย่างเช่น การให้บริการที่อำนวยความสะดวกและเร็วตามความต้องการของผู้เข้าพัก การเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพักในระยะเวลาที่เหมาะสม

2. คุณค่าด้านการเงิน (Money value) การรับรู้คุณค่าในด้านการเงินเกี่ยวข้องกับความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวตามราคาที่ผู้บริโภคจ่าย สิ่งสำคัญคือทำให้ความคุ้มค่าในราคาที่เสนอ โดย การให้บริการหรือสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา การกำหนดราคาที่เป็นธรรมและโปรโมชั่นที่น่าสนใจสามารถสร้างความพึงพอใจและคุณค่าให้กับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. คุณค่าด้านความพยายาม (Effort value) การรับรู้คุณค่าในด้านความพยายามเกี่ยวข้องกับความพยายามที่ผู้บริโภครู้สึกต้องลงเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางจากจุดเริ่มต้นไปยังแหล่งท่องเที่ยว การจองที่พักหรือตัวเครื่องบิน การสอบถามข้อมูลและการวางแผนการเดินทาง การมีการสื่อสารที่ชัดเจนและมีความเป็นมืออาชีพจากผู้ให้บริการสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจและคุณค่าของผู้บริโภค

หากลูกค้ารับรู้ถึงการรับรู้คุณค่าที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกดีกับธุรกิจ และจะเกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น ซึ่งคุณค่าที่รับรู้เป็นดัชนีการวัดความพึงพอใจและคุณภาพ ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การรับรู้คุณค่าประกอบด้วยฟังก์ชันการใช้งาน คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าจากการซื้อสินค้าและบริการ คุณค่าที่รับรู้ด้านการเงิน การรับรู้คุณค่าของเงินที่เสียไปมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจทั้งสินค้าและบริการ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว (Chen & Chen, 2010 ; Janita & Miranda, 2013) การรับรู้คุณค่าทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาการรับรู้คุณค่าตามแนวคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived value) ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน และคุณค่าด้านความพยายาม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจมาเที่ยว

Ajzen (1985) กล่าวว่า พฤติกรรมความตั้งใจเป็นความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว โดยเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใด และรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นถึงการรับรู้คุณค่าที่ทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นและส่งผลให้เกิด ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น โดยการตั้งใจว่าจะเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคตหรือ การแนะนำบอกต่อในทางบวก

Oliver (1997) ได้พัฒนาเครื่องมือทางทฤษฎีที่ชื่อว่า "Expectation-Confirmation Model (ECM)" เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในส่วนของความพึงพอใจ ความตั้งใจที่จะซื้อหรือใช้บริการอีก และแนะนำต่อให้ผู้อื่น ทฤษฎีนี้มักถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น พฤติกรรมความตั้งใจเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อจะถูกสร้างขึ้นจากความพึงพอใจและความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวได้รับ

Lennon, Weber & Henson (2001) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมความตั้งใจ ของผู้บริโภคเป็นตัวสะท้อนของการทำนายพฤติกรรมหรือการใช้บริการในอนาคต สามารถใช้เป็นตัวทำนายที่เหมาะสมในการแสดงออกของพฤติกรรมนั้นหลังจากการประเมินแหล่งข้อมูลภายใน ได้แก่ ประสบการณ์ส่วนตัว หรือการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น ซึ่งได้มาจากการรวบรวมข้อมูลการบอกเล่าปากต่อปาก และแหล่งข้อมูลจากภายนอก ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถตัดสินใจได้ว่าสิ่งไหนที่พวกเขาควรจะซื้อหรือใช้บริการ

อัครพงศ์ อ้นทอง และมิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2553) การตั้งใจมาเที่ยวในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยปกติจะแสดงออกมาในลักษณะของการกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวหรือการพูดปากต่อปาก (Word of mouth) ถือเป็นช่องทางการโฆษณาที่ถูกและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

Chen and Tsai (2007) กล่าวว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยปกติจะแสดงออกมาในลักษณะของการกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว

ในการประเมินมิติของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสามารถประเมินได้ 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง (Revisit Intention) เป็นการแสดงถึงความตั้งใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยว และตั้งใจจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต และมิติที่สอง คือ ความตั้งใจในการแนะนำบอกต่อ (Recommendation Intention) เป็นพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นหลังจากการได้รับบริการ ซึ่งเป็นการบอกต่อ การแนะนำ หรือเล่าประสบการณ์ความประทับใจในเชิงบวกให้แก่บุคคลอื่น ๆ เพื่อให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นด้วย (Oliver, 1997)

การกำหนดองค์ประกอบในการวัดพฤติกรรมการตั้งใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย 2 ด้าน (Oliver, 1997) (Chen & Tsai, 2007) ดังนี้

1. ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการแสดงถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่เข้ามาแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้งซึ่งเกิดจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หรือการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยว รวมถึงเกิดความพึงพอใจในคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวนี้ จนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวและมีแนวโน้มที่จะเข้ามาท่องเที่ยวอีก หรือเมื่อต้องการท่องเที่ยวก็จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นอันดับแรก

2. ด้านการแนะนำและบอกต่อ เป็นการแนะนำให้เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงเล่าความประทับใจทางบวก เช่น สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพและการบริการที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พลากร แก้วทิพย์ (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่าปัจจัย 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ (ชาวไทย) ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในส่วนของปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ได้แก่ สถานที่พัก ด้านสิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวก และจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ (ชาวต่างชาติ) ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด 7Ps ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทาง และปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ได้แก่ สถานที่พัก การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น สำหรับให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว LGBTQ ควรมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น โดยธุรกิจที่ปักเน้นด้านการกระบวนการให้บริการการออกแบบและตกแต่งสถานที่ ความปลอดภัย ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก รวมไปถึงการออกแบบกระบวนการให้บริการผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวตลอดจนสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่แก่นักท่องเที่ยว

ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน 2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านการดึงดูดใจ (X1) ด้านที่พัก (X4) การเข้าถึง (X2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3) และด้านกิจกรรม (X5)

เขียนเหวิน หลี (2561) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังพบว่าความพึงพอใจส่งผลต่อจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล (2561) ศึกษาเรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางไปเยี่ยมชมองค์พระปฐมเจดีย์นครปฐม ประเทศไทย วัตถุประสงค์ 1) ศึกษา ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวนครปฐมและการตัดสินใจท่องเที่ยวนครปฐม 2) ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวนครปฐม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครปฐม ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อวิเคราะห์เป็นรายองค์ประกอบพบว่า การตัดสินใจเดินทางได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อวิเคราะห์ค่าน้ำหนักพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและที่อยู่อาศัยคือ ($\lambda_y = 0.93$) ด้านกิจกรรมคือ ($\lambda_y = 0.89$) และด้านแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทางเข้าคือ ($\lambda_y = 0.89$) เมื่อพิจารณาในเชิงยืนยันเป็นลำดับรองลงมา พบว่า ด้านแรงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดึงดูดมีภาพลักษณ์ที่ดี ($\lambda_y = 0.87$) ด้านการเข้าถึง คือ มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ($\lambda_y = 0.81$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ มีห้องสุขาสะอาดในปริมาณเพียงพอ ($\lambda_y = 0.80$) ด้านที่อยู่อาศัยมีทางเลือกที่ดี อาหารที่มีคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ($\lambda_y = 0.80$) ด้านกิจกรรม คือ มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างความสุขและไม่ขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม ($\lambda_y = 0.81$) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของคณะพระปฐมเจดีย์ นครปฐม ร้อยละ 97 และตัวแปรอิสระต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ร้อยละ 94

ศิวพร มีนาภา (2561) ได้ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เบญจวรรณ ขวัญมา (2564) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปส่วนประสมทางการตลาด และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 4.55) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.43) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.42) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางตลาดโก้งโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย = 4.55) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.43) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.42) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ตามลำดับ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.45) รองลงมา ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.37) ด้านการเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านที่พัก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดึงเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ได้แก่ ต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวลง Social Media (ค่าเฉลี่ย = 4.47) ต้องการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าในตลาดโก้งโค้ง (ค่าเฉลี่ย = 4.46) เพื่อท่องเที่ยวชมตลาดโก้งโค้ง (ค่าเฉลี่ย = 4.41) และเพื่อท่องเที่ยวชมสถาปัตยกรรมของตลาดโก้งโค้ง (ค่าเฉลี่ย = 4.40) ตามลำดับ

ศัชนพล จันเพชร (2564) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักจากการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่มีหน้าที่จัดการแหล่งท่องเที่ยวและเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยจำนวน 9 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยสามารถสรุปออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านคุณภาพการให้บริการบริเวณพื้นที่บางส่วนยังใช้อุปกรณ์การสื่อสารและการให้บริการไม่เป็นไปตามยุคสมัย อีกทั้งยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ส่วนสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากเนื่องจากมีสภาพอากาศที่ร้อนทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอาจระงุกตัวในช่วงฤดูร้อน 2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการสร้างการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว ในส่วนการจำหน่ายสินค้าบางแห่งยังมีราคาที่สูงเกินไปและไม่คุ้มค่าและไม่สมเหตุสมผลกับเงินที่เสียไป อาจทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และ 3) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวยังมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และมีคุณค่าในเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถแสดงถึงประเพณีวิถีชีวิตที่ดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี

อรชร มณีสงฆ์ และดร.พัชรา ตันติประภา (2561) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและสร้างความภักดี อีกทั้งยังช่วยแนะนำผู้ซื้อรายใหม่มาใช้บริการ ส่งผลต่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดตัวอย่าง 120 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย ร้อยละ 68.3

และเพศหญิง ร้อยละ 31.7 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 60-69 ปี ร้อยละ 51.7 อายุ 70 ปี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นไป ร้อยละ 40.8 และอายุ 50-59 ปี ร้อยละ 7.5 ตามลำดับ จำนวนปีที่วางแผนจะพำนักระยะยาวในเชียงใหม่ ได้แก่ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 50.8 รองลงมา ได้แก่ 5-10 ปี ร้อยละ 33.3 และอื่นๆ ร้อยละ 18.9 ตามลำดับ ด้านความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในต่อปัจจัยทั้งสอง ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และปัจจัยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการประยุกต์ใช้การตลาดแบบยั่งยืนในระดับปานกลาง ด้านความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่พักมีหลายรูปแบบและระดับราคาให้เลือก (3.74) รู้สึกถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง (3.65) และรู้สึกคุ้มค่าเงิน (3.54) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ผู้ตอบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ บ้านเมืองมีทางเดินเท้าที่สะดวกปลอดภัย (1.63) ห้องน้ำ สาธารณะมีเพียงพอ และสะอาด (2.03) มีความสะดวกด้านเอกสารการลงตราและวีซ่า (2.0) ภูมิอากาศและ สิ่งแวดล้อม (2.29) และระบบขนส่งสาธารณะในเชียงใหม่สะดวกสบายพอสมควร (2.41) ตามลำดับ สำหรับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการประยุกต์ใช้การตลาดแบบยั่งยืน ด้านคุณค่าของลูกค้า คุณค่าของ สังคม คุณค่าของนิเวศวิทยา ด้านปัจจัยย่อยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ความตั้งใจกลับมาซ้ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 42.5 ตอบว่าจะกลับมาแน่นอน ร้อยละ 27.5 ตอบว่าอาจจะกลับมา มีร้อยละ 25.8 ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 2.5 อาจจะไม่มาและไม่มาแน่นอน ร้อยละ 1.7 ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า ปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อม คุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ด้านบวกกับความตั้งใจในการมาซ้ำ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้งวัฒนธรรม ธรรมชาติ กีฬา และสิ่งสร้างขึ้น บริการการท่องเที่ยวมีให้เลือกมาก บริการท่องเที่ยวมีหลากหลายคุณภาพและราคา ที่พักมีหลายรูปแบบและระดับ ราคาให้เลือก สงบและเป็นส่วนตัว ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดงานด้านศิลปวัฒนธรรมบ่อยๆ แหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าที่ต้องการมีมากมาย อาหารที่มีความหลากหลายเลือกทานได้ตามความต้องการซื้อหา ส่วนการรับรู้ต่อองค์ประกอบการตลาดอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ด้านบวกกับความตั้งใจในการมาซ้ำ

อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ และคณะ (2563) ศึกษาเรื่องโมเดลสมการโครงสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวภาคอีสาน ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้างความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ได้จำนวน 432 ราย โดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวด้วยการเก็บแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยการทดสอบค่าความเบ้ ค่าความเอียงเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการอนุมัติฯ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โต่ง ทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากเกินไปใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square=33.69, df=124, p=0.06, GFI=0.91, AGFI=0.88, CFI=0.96, TLI=0.95, RMSEA=0.06, RMR=0.01, PATRIO=0.81) โดยตัวแปรทั้ง 5 สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ได้ร้อยละ 14 ซึ่งความภักดีถือเป็นสิ่งชี้วัดในเรื่องของความตั้งใจ ความสนใจในการใช้บริการซ้ำรวมทั้งจะส่งผลถึงการบอกต่อแนะนำบุคคลใกล้ชิด และพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

คัชพล จันเพชร (2564) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าด้านการเงินและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการเงินและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย 2) พัฒนาข้อเสนอในการปรับปรุงปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านการเงินและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 398 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวในส่วนปัจจัยด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 2) ระดับการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวในส่วนปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับ การรับรู้คุณค่าที่สูงมาก นอกจากนี้ ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า 1) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเฉลี่ย 3.96 2) สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เฉลี่ย 4.19 3) สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมเฉลี่ย 4.18 4) สิ่งของสำหรับบริโภค เช่น อาหาร เฉลี่ย 4.11 และ 5) คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับความพึงพอใจที่สูงมาก นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังระบุถึงการปรับระดับราคาค่าบริการให้เป็นไปตามบริบททางเศรษฐกิจ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับบุคคลทุกประเภท สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากในอนาคต

นัชณลิน อินทนูพัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวที่ดีในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และที่พักประเภทโรงแรม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม รองลงมา คือ ที่พักประเภทโฮมสเตย์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามลำดับ ผลการศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ และปัจจัยด้านองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ

ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และคณะ (2562) ศึกษาเรื่องรูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม วัตถุประสงค์เพื่อ 1) สืบหาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 2) วิเคราะห์องค์ประกอบของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 3) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 4) ค้นหารูปแบบของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2560 จำนวน 345,974 คน ที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรสงคราม (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสงคราม 2560) จำนวน 600 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีค่าเฉลี่ยสูง 2) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความประทับใจมากที่สุด ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการติดต่อมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบบรรยากาศโดยรวมมากที่สุด และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความถี่ในการมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด 3) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวส่วนประสมทางการตลาดบริการ มี

อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมุทสรสงคราม 4) โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $\chi^2=39.08$, $df=32$, $\chi^2/df=1.22$, $P=0.15$, $RMSEA=0.01$

ทิชากร เกสรบัว (2565) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวใน วิสาหกิจชุมชนเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และศึกษาความเต็มใจจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการปั่นจักรยานและการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเนินหอม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตำบลเนินหอม จำนวน 300 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษา ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ นิยมท่องเที่ยวแบบกลุ่ม 2-5 คน ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว 1,000-3,000 บาท ท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม มาท่องเที่ยวกับครอบครัว ท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ด้านความเต็มใจจ่ายค่า กิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม 10 คน กลุ่ม 20 คน และกลุ่ม 30 คน คิดเป็นร้อยละ 87.33 ร้อยละ 93 และร้อยละ 94 ตามลำดับ ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี พบว่า สมการถดถอยโลจิสติกสามารถทำนายความเต็มใจจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม 10 คน กลุ่ม 20 คน แบบกลุ่ม 30 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ร้อยละ 39.1 และร้อยละ 52.2 และยังพบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม 10 คน และแบบกลุ่ม 20 คน มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่า $Exp(\beta)$ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก ต่ำกว่า 1,000 บาท ไปเป็น 1,000-3,000 บาท มีโอกาสที่จะจ่ายค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวลดลง

ชยพล ฉัตรชัยเดช และสุรียั๋ม เข็มทอง (2565) ศึกษาเรื่องการพัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในการท่องเที่ยวประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความคาดหวังคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจและความภักดี 2) ศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมระหว่างภาพลักษณ์ความคาดหวังคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจที่มีต่อความภักดี 3) พัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม และ 4) พัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของทั้งนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปในการท่องเที่ยวประเทศไทย การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลคือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป จำนวน 600 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวเอเชียยุโรปมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันด้านรับรู้คุณค่าและความพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชาวเอเชียรับรู้คุณค่าและพึงพอใจมากกว่าชาวยุโรป 2) ภาพลักษณ์

จุดหมายปลายทางและความคาดหวังคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมคือ การรับรู้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าและความพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($p\text{-Value} > 0.05$ ค่า $GFI > 0.95$) และ 4) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวเอเชียและยุโรปมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($p\text{-Value} > 0.05$ ค่า $GFI > 0.95$)

PEIJUN HAN (2020) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาความภักดีด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย และ 2. ค้นหาแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่า 1. ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดจะมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. แนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย สรุปได้ว่าการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ต้องเกิดจากการสร้างความเข้าใจและสัมพันธภาพที่ดีในเรื่องการให้บริการ การจราจร ระบบโทรคมนาคม การรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะมาเที่ยวประเทศไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การพัฒนาในจุดอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจไปยังญาติมิตรและเพื่อนต่อไป

Boqing Feng (2021) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการรับรู้การรับรู้คุณค่าและการรับรู้วัฒนธรรมไทยต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา อิทธิพลของการรับรู้การรับรู้คุณค่า 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้วัฒนธรรมไทยส่งผลต่อการกลับมา ท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยก่อนสถานการณ์โควิด-19 ผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 414 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้การรับรู้คุณค่าและการรับรู้วัฒนธรรมไทยส่งผลต่อการกลับมา ท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลการวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูล อ้างอิงต่อยอดในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

Minseong Kim & Brijesh Thapa (2018) ศึกษาเรื่องคุณค่าที่รับรู้และประสบการณ์การสันทนาการ: การประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อวัตถุประสงค์ที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าร่วมแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เกาะเชจู ประเทศเกาหลีใต้ แบบจำลองเชิงแนวคิดถูกกำหนดขึ้นและทดสอบเชิงประจักษ์เพื่อตรวจสอบว่านักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าอย่างไร (เช่น คุณภาพ อารมณ์ ราคา และสังคม) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสบการณ์การลิ้นไหลและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง รวบรวมคำตอบแบบสำรวจของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 300 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลผลลัพธ์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพความรู้สึก และคุณค่าทางสังคมที่รับรู้ส่งผลต่อประสบการณ์การลิ้นไหลและความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ประสบการณ์การไหลมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจ พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความภักดีต่อจุดหมายปลายทางเท่านั้น ดังนั้น การเพิ่มคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงเป็นขั้นตอนแรกที่จะเสริมสร้างพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความภักดีต่อจุดหมายปลายทางผ่านการเพิ่มประสบการณ์การเดินทางและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

M. Ángeles Oviedo-García et al (2019) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้มครองและผลกระทบของ สภาพแวดล้อมการบริการต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กฎหมายสำคัญสู่ความยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ทางธรรมชาติเมื่อได้รับการคุ้มครองแล้ว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมซึ่งการท่องเที่ยวนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้น การจ้างงาน และการสนับสนุนทางการเงินเพื่อการอนุรักษ์ในบริบทนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ในพื้นที่คุ้มครอง เป็นวัตถุประสงค์สำคัญที่ไม่เพียงขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวของพื้นที่คุ้มครองเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับบริการที่มีให้ด้วย บทความนี้กล่าวถึงผลกระทบของสภาพแวดล้อมการบริการ (service scape) ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในบริบทของพื้นที่คุ้มครองผ่านการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้มครอง จัดทำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 520 คนที่เยี่ยมชมพื้นที่คุ้มครองของอนุสรณ์สถานธรรมชาติใน Puerto Plata (สาธารณรัฐโดมินิกัน) การใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างตามความแปรปรวนตามวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน สิ่งอำนวยความสะดวกถูกระบุว่าเป็นสิ่งที่น่าพึงพอใจในขณะที่บริการข้อมูลและอาหารถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ผู้ที่ไม่พอใจคือบริการที่จำเป็นและการขาดงาน/ประสิทธิภาพที่แย่ของพวกเขาทำให้เกิดความไม่พอใจในขณะที่การปรับปรุงในผู้ที่พึงพอใจจะเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้มครอง ผลลัพธ์เหล่านี้มีความหมายต่อการจัดการของพื้นที่คุ้มครอง โดยมีเครื่องมือที่สามารถแจ้งให้ผู้จัดการพื้นที่คุ้มครองทราบเกี่ยวกับวิธีการบรรลุเป้าหมาย การปกป้องความสมบูรณ์ของระบบนิเวศของพื้นที่คุ้มครองและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Xiaoting Chi, Seul Ki Lee, Young-joo Ahn and Kiattipoom Kiatkawsin (2020) ศึกษาเรื่องคุณภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้และความตั้งใจภักดีต่อการท่องเที่ยวในชนบทของจีน ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในชนบทในหมู่ชาวจีนได้รับการสังเกตเนื่องจากประชากรของจีนในเขตเมืองมีมากกว่าประชากรในชนบท การท่องเที่ยวในชนบทได้กลายเป็นหนึ่งในภาคการท่องเที่ยวชั้นนำของจีน ส่วนใหญ่เป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวอดนียมหลายแห่งของจีนล้อมรอบด้วยชุมชนในชนบท การศึกษานี้

ระบุ 12 มิติของคุณภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้ นอกจากนี้ การรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจถูกใช้เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวกลางในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพที่รับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสามมิติ (เช่น ความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมชม การบอกต่อในเชิงบวก และความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์พิเศษในชนบท) นอกจากนี้ยังมีการทดสอบผลกระทบในระดับปานกลางของที่อยู่อาศัยในเมืองและในชนบท ใช้ตัวอย่างทั้งหมด 495 ตัวอย่างในการวิเคราะห์ข้อมูล มิติด้านคุณภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้ 4 มิติ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพที่รับรู้ คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในที่สุดผลลัพธ์ก็แสดงผลในระดับปานกลาง ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปสู่การเพิ่มความตั้งใจด้านพฤติกรรมที่หลากหลายและการท่องเที่ยวในชนบทที่ยั่งยืนในประเทศจีน

Mauricio Carvache-Francoa, Aldo Alvarez-Riscob, Orly Carvache-Francoc, Wilmer Carvache-Francod, Alfredo Estrada-Merinob & Diego Villalobos-Alvarez (2022) การรับรู้คุณค่าและอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีในเมืองชายฝั่งทะเล: การศึกษาจากเมืองลิมา ประเทศเปรู วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ 1) เพื่อระบุมิติที่ประกอบกันเป็นการสร้างคุณค่าที่รับรู้ในเมืองชายฝั่งทะเล และ 2) เพื่อกำหนดว่ามิติใดของคุณค่าที่รับรู้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของตัวแปรผู้มาเยือนจุดหมายปลายทางเหล่านี้ที่มีลักษณะชายฝั่งและทางทะเล การศึกษาดำเนินการในเมืองลิมา ประเทศเปรู ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก ใช้แบบสอบถามจำนวนสามร้อยแปดสิบเอ็ดชุดที่ดำเนินการในสถานที่ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์แฟกทอเรียลและวิธีถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นคุณค่าใน 2 มิติ คือ ด้านเศรษฐกิจ - หน้าที่ และ ด้านอารมณ์ - สังคม สองมิติที่ประกอบกันเป็นคุณค่าที่รับรู้คือตัวทำนายความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.1 สกัดตัวแปร

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรอิสระ									ตัวแปรตาม	
		องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว					การรับรู้คุณค่า			พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว		
		1. สิ่งดึงดูดใจ	2. ความสะดวกในการเดินทาง	3. สิ่งอำนวยความสะดวก	4. ที่พัก	5. กิจกรรมต่าง ๆ	1. คุณค่าด้านเวลา	2. คุณค่าด้านการเงิน	3. คุณค่าด้านความพยายาม	1. การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	2. การบอกต่อ	
พลากร แก้วทิพย์ (2562)	การพัฒนาารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	✓	✓	✓	✓	✓						
ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล และคณะ (2564)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี	✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓
เขียนเทวิน หลี (2561)	การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	✓					✓	✓			✓	✓
ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล (2561)	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางไปเยี่ยมชมองค์พระปฐมเจดีย์นครปฐม ประเทศไทย	✓	✓	✓	✓	✓						
ศิวพร มีนาภา (2561)	ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	✓	✓	✓				✓			✓	
เบญจวรรณ ขวัญมา (2564)	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโถกโศก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	✓	✓	✓	✓	✓					✓	
ศัชพล จันเพชร (2564)	การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย	✓	✓					✓				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่งานวิจัยสำหรับกรณีศึกษาเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์อื่นได้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรอิสระ									ตัวแปรตาม
		องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว					การรับรู้คุณค่า			พฤติกรรม การตั้งใจ มาเที่ยว	
		1. สิ่งดึงดูดใจ	2. ความสะดวกในการเดินทาง	3. สิ่งอำนวยความสะดวก	4. ที่พัก	5. กิจกรรมต่าง ๆ	1. คุณค่าด้านเวลา	2. คุณค่าด้านการเงิน	3. คุณค่าด้านความพยายาม		1. การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
อรชร มณีสงฆ์ และดร. พัชรา ตันติประภา (2561)	ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่	✓	✓	✓	✓	✓				✓	
อัจฉราพรรณ ตั้งจาดูร โสภณ และคณะ (2563)	เรื่องโมเดลสมการโครงสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวภาคอีสาน ประเทศไทย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
คัชพล จันเพชร (2564)	การรับรู้คุณค่าด้านการเงินและองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้าน พฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดสุโขทัย	✓		✓					✓		✓
นัชชนลิน อินทนูพัฒน์ (2563)	ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบน ฐานความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของ ชุมชนศิขรภูมิจังหวัดสุรินทร์	✓		✓	✓	✓	✓	✓			
ชัยวิชญ์ ม่วงหมี่ และ คณะ (2562)	รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อ แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม	✓	✓						✓		✓
ทิชากร เกสรบัว (2565)	พฤติกรรมและความเต็มใจจ่ายของ นักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวใน วิสาหกิจ ชุมชนเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี	✓	✓			✓			✓		
ชยพล ฉัตรชัยเดช และ สุรีย์ เข้มทอง (2565)	การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวประเทศไทย	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรอิสระ									ตัวแปรตาม
		องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว					การรับรู้คุณค่า			พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว	
		1. สิ่งดึงดูดใจ	2. ความสะดวกในการเดินทาง	3. สิ่งอำนวยความสะดวก	4. ที่พัก	5. กิจกรรมต่าง ๆ	1. คุณค่าด้านเวลา	2. คุณค่าด้านการเงิน	3. คุณค่าด้านความพยายาม	1. การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	2. การบอกต่อ
PEIJUN HAN (2020)	แนวทางการพัฒนาความภักดีด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย			✓						✓	✓
Boqing Feng (2021)	อิทธิพลของการรับรู้การรับรู้คุณค่าและการรับรู้วัฒนธรรมไทยต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19								✓		✓
Minseong Kim & Brijesh Thapa (2018)	Perceived value and flow experience: Application in a nature-based tourism context	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
M. Ángeles Oviedo-García et al (2019)	Tourism in protected areas and the impact of service scape on tourist satisfaction, key in sustainability	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Xiaoting Chi, Seul Ki Lee, Young-joo Ahn and Kiattipoom พว Kiatkawsin (2020)	Tourist-Perceived Quality and Loyalty Intentions towards Rural Tourism in China	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Carvache-Franco, M., Alvarez-Risco, A., Carvache-Franco, O., Carvache Franco, W, & Estrada, A. (2022).	Perceived value and its influence on satisfaction and loyalty in a coastal city: a study from Lima, Peru	✓		✓		✓	✓	✓	✓		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร โดยมีสาระสำคัญถึงวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอนเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลผลข้อมูล วิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ และการทดสอบสมมุติฐาน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมุ่งค้นหาข้อเท็จจริงจากความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาดำน้ำ จังหวัดชุมพร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวน จากการกำหนดการสุ่มตัวอย่าง 50% หรือ 0.5 จากประชากรทั้งหมดจึงใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 หรือมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

P = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม (โดยใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.5)

e = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ระดับความเชื่อมั่น 95%

สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

Z = ระดับความมั่นใจที่กำหนด ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (หรือระดับ

นัยสำคัญ 0.05) โดย Z เท่ากับ 1.96

$$\text{แทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษา การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ซึ่งประกอบด้วยมาตรวัด ตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อพัฒนาแนวสอบถามโดย แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ อาชีพ ลักษณะคำถามเป็นคำถามให้เลือกตอบ ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทดสอบ การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ดังนี้

3.4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1.1 ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลกำหนดนิยามของตัวแปรให้เป็นแนวทางการออกแบบข้อคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้นเพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

3.4.1.2 จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการวิจัย และครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา ซึ่งมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยต่อไป

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสมของการใช้ภาษาและความครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.1.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จำนวน 3 ท่าน

3.4.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการหาความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามเพื่อใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น ดังนี้

3.4.2.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน คือ (1) ดร.วิชชุดา มาสุข มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2) ดร.สุจิตรา วุฒิโสภณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ (3) ผศ.ดร.ฐิติรัตน์ ถาวรสุจริตกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาลงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

สูตรในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IOC	คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
R	คือ คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ
ΣR	คือ ผลรวมของคะแนนผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน
N	คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item - Objective Congruence) ซึ่งในแต่ละด้านมีค่าระหว่าง 0.67 - 1.00 จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องและสามารถนำมาใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976)

3.4.2.2 ตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับตัวอย่างจำนวน 30 คน หลังจากนั้น จึงนำผลการทดลองใช้มาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังสูตร

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

เมื่อ α	หมายถึง ค่าความสอดคล้องภายใน
n	หมายถึง จำนวนข้อคำถามทั้งหมด
$\sum S_i^2$	หมายถึง ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
S_t^2	หมายถึง ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.958 สูงกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับโดยทั่วไป (Nunnally & Bernstein, 1994) ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังทำการวิเคราะห์ค่า Corrected Item - Total Correlation ที่เป็นตัวบ่งบอกค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของข้อคำถามเป็นรายข้อ ได้ค่าระหว่าง 0.417 - 0.724 ซึ่งค่าอำนาจจำแนกรายข้อไม่ควรต่ำกว่า 0.30 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ดังนั้น แบบสอบถามนี้ถือว่า ข้อคำถามแต่ละข้อนั้นมีความเหมาะสมและเชื่อถือได้ จึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในแบบสอบถามตอนที่ 1 โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การหาค่าความถี่ และการหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นในแบบสอบถามตอนที่ 2 - 4 โดยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการ

ดำเนินการวิจัย ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ ความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับ 4 คือ ความคิดเห็นมาก

ระดับ 3 คือ ความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 2 คือ ความคิดเห็นน้อย

ระดับ 1 คือ ความคิดเห็นน้อยที่สุด

จากนั้นวิเคราะห์ค่าคะแนนของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงอ้างอิง และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากแหล่งต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 แหล่ง ดังนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่สามารถสืบค้นและอ้างอิงได้ เช่น บทความ อินเทอร์เน็ต หนังสืออ้างอิง วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ เป็นต้น

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่าง ดังนี้

3.6.1.1 ค่าความถี่ (Frequency)

3.6.1.2 ค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.6.1.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.6.2 สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือ วิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวต่างในจังหวัดชุมพร ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระหลายตัวตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r - value)

การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงแต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เกณฑ์ที่พัฒนาโดย (Hinkle D. E. 1998)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.90 - 1.00 แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.70 - 0.90 แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.50 - 0.70 แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.30 - 0.50 แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 - 0.30 แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลกระทบต่อความผันแปรของตัวแปรตามนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร” ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการอธิบายของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (ผลการทดสอบสมมติฐาน)

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ในการแปลผล และความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์และคำย่อ ดังต่อไปนี้

\bar{X}	หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean)
N	หมายถึง ขนาดของประชากร
n	หมายถึง กลุ่มตัวอย่าง
S.D.	หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
P	หมายถึง ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถดถอยเชิงพหุคูณ
R ²	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
Sig	หมายถึง ค่านัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	188	48.8
หญิง	197	51.2
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.2
20 – 30 ปี	150	39.0
31 – 40 ปี	183	47.5
41 – 50 ปี	27	7.0
51 – 60 ปี	6	1.6
มากกว่า 60 ปี	3	0.8
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 183 คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	139	36.1
สมรส	225	58.4
หย่าร้าง	21	5.5
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	100	26.0
ปริญญาตรี	259	67.3
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	26	6.8
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และปริญญาโท หรือสูงกว่า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	16	4.2
พนักงานบริษัทเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ	150	39.0
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	183	47.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	27	7.0
อื่นๆ	6	1.6
รวม	385	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	22	5.7
10,000 – 20,000 บาท	187	48.6
20,001 – 30,000 บาท	147	38.2
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	29	7.5
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนครั้งที่เดินทางมาดำนํ้าที่จังหวัดชุมพร

จำนวนครั้งที่มาดำนํ้า	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	155	40.3
2 ครั้ง	181	47.0
3 ครั้งหรือมากกว่า	49	12.7
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาดำนํ้าที่จังหวัดชุมพร 2 ครั้ง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ 1 ครั้ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และ 3 ครั้งหรือมากกว่า จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จังหวัดชุมพรในครั้งนี้

ระยะเวลาท่องเที่ยวในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
2 วัน	129	33.5
3 วัน	212	55.1
4 วันหรือมากกว่า	44	11.4
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ 3 วัน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมา คือ 2 วัน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ 4 วันหรือมากกว่า จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว

การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
จากประสบการณ์เดิม	107	27.8
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	180	46.8
จากปากต่อปาก	90	23.4
อื่นๆ	8	2.0
รวม	385	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเข้าถึงการประชาสัมพันธ์จากเพื่อนหรือญาติแนะนำ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา คือ จากประสบการณ์เดิม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 จากปากต่อปาก จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(n=385)

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.39	.580	มาก
2. ด้านความสะดวกในการเดินทาง	4.20	.613	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.20	.598	มาก
4. ด้านที่พัก	4.34	.493	มาก
5. ด้านกิจกรรม	4.44	.416	มาก
ภาพรวม	4.31	.434	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.31, S.D.=.434) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.44, S.D.=.416) รองลงมา คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (\bar{x} =4.39, S.D.=.580) ด้านที่พัก (\bar{x} =4.34, S.D.=.493) ด้านความสะดวกในการเดินทาง (\bar{x} =4.20, S.D.=.613) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (\bar{x} =4.20, S.D.=.598) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งดึงดูดใจ

(n=385)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความหลากหลายและน่าสนใจ	4.37	.665	มาก
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร	4.35	.691	มาก
3. ความสะอาดของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร	4.36	.691	มาก
4. แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่นมีทุ่งดอกไม้ทะเลหลายสีสัน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสายพันธุ์ต่างๆ และปลาฉลามวาฬ	4.39	.711	มาก
5. ความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งดำน้ำ	4.43	.704	มาก
6. ความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร	4.43	.704	มาก
ภาพรวม	4.39	.580	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.39$, S.D.=.580) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งดำน้ำ และความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน ($\bar{x}=4.43$, S.D.=.704) รองลงมา คือ แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่นมีทุ่งดอกไม้ทะเลหลายสีสัน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสายพันธุ์ต่างๆ และปลาฉลามวาฬ ($\bar{x}=4.39$, S.D.=.711) แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความหลากหลายและน่าสนใจ ($\bar{x}=4.37$, S.D.=.665) ความสะอาดของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร ($\bar{x}=4.36$, S.D.=.691) และความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร ($\bar{x}=4.35$, S.D.=.691) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความสะดวกในการเดินทาง (n=385)

ด้านความสะดวกในการเดินทาง	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและเพียงพอ	4.14	.899	มาก
2. ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.25	.665	มาก
3. มีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว	4.30	.656	มาก
4. สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	4.29	.650	มาก
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	4.20	.734	มาก
6. มีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	.989	มาก
ภาพรวม	4.20	.613	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความสะดวกในการเดินทาง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.20$, S.D.=.613) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.30$, S.D.=.656) รองลงมา คือ สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง ($\bar{x}=4.29$, S.D.=.650) ป้ายแนะนำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน ($\bar{x}=4.25$, S.D.=.665) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.20$, S.D.=.734) การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและเพียงพอ ($\bar{x}=4.14$, S.D.=.899) และมีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.00$, S.D.=.989) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

(n=385)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.24	.809	มาก
2. มีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	4.08	.872	มาก
3. ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.19	.724	มาก
4. มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว	4.18	.720	มาก
5. มีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต	4.27	.728	มาก
6. มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	4.25	.691	มาก
ภาพรวม	4.20	.598	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.20$, S.D.=.598) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.27$, S.D.=.728) รองลงมา คือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ ($\bar{x}=4.25$, S.D.=.691) มีความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{x}=4.24$, S.D.=.809) ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน ($\bar{x}=4.19$, S.D.=.724) มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.18$, S.D.=.720) และมีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ($\bar{x}=4.08$, S.D.=.872) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านที่พัก

(n=385)

ด้านที่พัก	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	4.30	.725	มาก
2. ราคาที่พักมีความเหมาะสม	4.36	.560	มาก
3. ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย	4.37	.608	มาก
4. สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความเหมาะสม	4.37	.591	มาก
5. มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว	4.31	.694	มาก
ภาพรวม	4.34	.493	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านที่พัก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D.=.493) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.37$, S.D.=.608) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความเหมาะสม ($\bar{x}=4.37$, S.D.=.591) ราคาที่พักมีความเหมาะสม ($\bar{x}=4.36$, S.D.=.560) มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.31$, S.D.=.694) และที่พักเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x}=4.30$, S.D.=.725) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านกิจกรรม

(n=385)

ด้านกิจกรรม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำ ให้อาหารปลาน้ำแพะเป็ยก หรือรับประทานอาหาร	4.50	.550	มากที่สุด
2. กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความน่าตื่นเต้น ท้าทาย	4.39	.573	มาก
3. จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้น้ำที่ท่องเที่ยว	4.47	.572	มาก
4. ทักษะวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ)	4.39	.553	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านกิจกรรม (ต่อ)

ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5. กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะกับการดำน้ำ	4.49	.559	มาก
6. สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก	4.39	.581	มาก
ภาพรวม	4.44	.416	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านกิจกรรม ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, S.D.=.416) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยที่สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำ ให้อาหารปลา นั่งแพเปียก หรือรับประทานอาหารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, S.D.=.550) รองลงมา คือ กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะกับการดำน้ำ ($\bar{X}=4.49$, S.D.=.559) จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล ($\bar{X}=4.47$, S.D.=.572) สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก ($\bar{X}=4.39$, S.D.=.581) กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความน่าตื่นเต้น ท้าทาย ($\bar{X}=4.39$, S.D.=.573) และทัศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ) ($\bar{X}=4.39$, S.D.=.553) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

(n=385)

การรับรู้คุณค่า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเวลา	4.37	.447	มาก
2. ด้านการเงิน	4.44	.450	มาก
3. ด้านความพยายาม	4.41	.530	มาก
ภาพรวม	4.41	.416	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.41, S.D.=.416) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.44, S.D.=.450) รองลงมา คือ ด้านความพยายาม (\bar{x} =4.41, S.D.=.530) และด้านเวลา (\bar{x} =4.37, S.D.=.447) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านเวลา

(n=385)

ด้านเวลา	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำจังหวัดชุมพรมีความเหมาะสม	4.42	.568	มาก
2. ระยะเวลาของการทำกิจกรรมดำน้ำในแหล่งดำน้ำเหมาะสมและเพียงพอในการทำกิจกรรมดำน้ำ	4.27	.680	มาก
3. การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป	4.42	.553	มาก
ภาพรวม	4.37	.447	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านเวลา ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.37, S.D.=.447) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำจังหวัดชุมพรมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.42, S.D.=.568) รองลงมา คือ การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป (\bar{x} =4.42, S.D.=.553) และระยะเวลาของการทำกิจกรรมดำน้ำในแหล่งดำน้ำเหมาะสมและเพียงพอในการทำกิจกรรมดำน้ำ (\bar{x} =4.27, S.D.=.680) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านการเงิน

(n=385)

ด้านการเงิน	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความสมเหตุสมผล และราคาไม่แพง	4.50	.568	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านการเงิน (ต่อ)

ด้านการเงิน	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. ราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการท่องเที่ยว	4.38	.571	มาก
3. ราคาค่าบริการเป็นไปตามสถานะของเศรษฐกิจในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม	4.47	.581	มาก
4. ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคาสินค้า มีความยุติธรรมเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ	4.43	.555	มาก
ภาพรวม	4.44	.450	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านการเงิน ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.44, S.D.=.450) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความ สมเหตุสมผล และราคาไม่แพง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.50, S.D.=.568) รองลงมาคือ ราคาค่าบริการเป็นไปตามสถานะของเศรษฐกิจในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม (\bar{x} =4.47, S.D.=.581) ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคาสินค้า มีความยุติธรรมเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ (\bar{x} =4.43, S.D.=.555) และราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการท่องเที่ยว (\bar{x} =4.38, S.D.=.571) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความพยายาม

(n=385)

ด้านความพยายาม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านเดินทางมาดำนน้ำที่จังหวัดชุมพรมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่	4.45	.566	มาก
2. ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านดำน้ำลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเลมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่	4.38	.694	มาก
ภาพรวม	4.41	.530	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.19 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวแม่น้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความพยายาม ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.41$, S.D.=.530) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านเดินทางมาแม่น้ำที่จังหวัดชุมพรมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.45$, S.D.=.566) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านดำเนินลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเลมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่ ($\bar{x}=4.38$, S.D.=.694) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวแม่น้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวแม่น้ำในจังหวัดชุมพร

(n=385)

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	4.46	.458	มาก
2. การแนะนำบอกต่อ	4.49	.453	มาก
ภาพรวม	4.44	.428	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวแม่น้ำในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.44$, S.D.=.428) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการแนะนำบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.49$, S.D.=.453) รองลงมา คือ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ($\bar{x}=4.46$, S.D.=.458) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (n=385)

การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งต่อไป	4.49	.525	มาก
2. ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบ ประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ	4.42	.544	มาก
3. ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา	4.47	.665	
ภาพรวม	4.46	.458	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.46$, S.D.=.458) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.49$, S.D.=.525) รองลงมา คือ ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา ($\bar{x}=4.47$, S.D.=.665) และท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบ ประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ ($\bar{x}=4.42$, S.D.=.544) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การแนะนำบอกต่อ (n=385)

การแนะนำบอกต่อ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว	4.54	.529	มากที่สุด
2. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ	4.36	.655	มาก
3. ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว	4.57	.510	มากที่สุด
ภาพรวม	4.49	.453	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.22 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การแนะนำบอกต่อ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.49, S.D.=.453) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.57, S.D.=.510) รองลงมา คือ ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว (\bar{x} =4.54, S.D.=.529) และท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ (\bar{x} =4.36, S.D.=.655) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (ผลการทดสอบสมมติฐาน)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มำดำเนินาในจังหวัดชุมพร

	RW	AttracT	AccesT	AmT	AccomT	ActiT	TimeT	MonT	EFT
พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวเที่ยว (RW)	1.000								
สิ่งดึงดูดใจ (AttracT)	.710***	1.000							
ความสะดวกในการเดินทาง (AccesT)	.366***	.482***	1.000						
สิ่งอำนวยความสะดวก (AmT)	.470***	.568***	.589***	1.000					
ที่พัก (AccomT)	.539***	.612***	.496***	.677***	1.000				
กิจกรรม (ActiT)	.652***	.618***	.428***	.541***	.586***	1.000			
คุณค่าด้านเวลา (TimeT)	.593***	.589***	.482***	.575***	.602***	.602***	1.000		
คุณค่าด้านการเงิน (MonT)	.693***	.530***	.404***	.489***	.489***	.672***	.548***	1.000	
คุณค่าด้านความพยายาม (EFT)	.696***	.573***	.354***	.508***	.540***	.571***	.622***	.634***	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน คุณค่าด้านความพยายาม และพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน คุณค่าด้านความพยายามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 และเมื่อพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อดูทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.366 – 0.710 ซึ่งแปลผลได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตาม (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0) โดยสามารถเรียงลำดับตามขนาดของความสัมพันธ์จากมากไปน้อยได้ดังนี้ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($r=0.710$) การรับรู้คุณค่า ด้านความพยายาม ($r=0.696$) การรับรู้คุณค่า ด้านการเงิน ($r=0.693$) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ($r=0.652$) การรับรู้คุณค่า ด้านเวลา ($r=0.593$) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ($r=0.539$) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($r=0.470$) และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเดินทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

($r=0.366$) ทั้งนี้ตารางข้างต้นยังแสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.354 – 0.710 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindle, 2006) แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

ตารางที่ 4.24 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multi collinearity)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว		
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.461	2.17
2. ด้านความสะดวกในการเดินทาง	.597	1.67
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.423	2.36
4. ด้านที่พัก	.421	2.37
5. ด้านกิจกรรม	.410	2.43
การรับรู้คุณค่า		
1. ด้านเวลา	.446	2.24
2. ด้านการเงิน	.447	2.24
3. ด้านความพยายาม	.455	2.20

จากตารางที่ 4.24 พบว่าจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multi Collinearity) เงื่อนไขข้อหนึ่งของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ คือ ตัวแปรอิสระทุกตัวต้องเป็นอิสระกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ (Multi Collinearity) โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF พบว่า ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.67 – 2.43 ซึ่งมีค่าใกล้ 1 แต่ไม่เกิน 10 หรือค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด .410 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .2 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multi Collinearity นั่นคือตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนํ้าของนักท่องเที่ยว (ทดสอบสมมติฐานที่ 1)

องค์ประกอบด้านการ ท่องเที่ยว	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.594	0.192		8.286	<0.001
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.406	0.041	0.519	9.782	<0.001
2. ด้านความสะดวกใน การเดินทาง	-0.036	0.035	-0.049	-1.016	0.310
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.029	0.043	-0.038	-0.678	0.498
4. ด้านที่พัก	0.057	0.052	0.062	1.102	0.271
5. ด้านกิจกรรม	0.257	0.056	0.235	4.611	<0.001
R =0.685 ^a R ² =0.469 Adj R ² =0.462 F=66.840 Sig=0.001 Durbin Watson=1.849					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.25 จากการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยการทดสอบว่า ค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกันหรือไม่ตามเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin Watson ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ปรากฏค่า Durbin Watson = 1.849 ซึ่งมีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5-2.5) (กลยา วาณิชย์บัญชา, 2561) สรุปค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนํ้าของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ $R = 0.685^a$ และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ร้อยละ 46.9 ($R^2 = 0.469$) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 66.840$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุง $Adj R^2 = 0.462$ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนํ้าของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.2 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวรายด้าน พบว่า มีเพียงด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\beta = 0.519$, $p < 0.01$) และด้านกิจกรรม ($\beta = 0.235$, $p < 0.01$) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ($\beta = -0.049$, $p = 0.310$) ด้านสิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำนาจความสะดวก ($\beta = -0.038$, $p=0.498$) และด้านที่พัก ($\beta = 0.062$, $p=0.271$) ที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว

โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนดิบ

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว = $1.594 + 0.406$ (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) -0.036 (ด้านความสะดวกในการเดินทาง) -0.029 (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) $+ 0.057$ (ด้านที่พัก) $+ 0.257$ (ด้านกิจกรรม)
สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนมาตรฐาน

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว = 0.519 (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) -0.049 (ด้านความสะดวกในการเดินทาง) -0.038 (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) $+ 0.062$ (ด้านที่พัก) $+ 0.235$ (ด้านกิจกรรม)

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำน้ำที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว (ทดสอบสมมติฐานที่ 2)

การรับรู้คุณค่า	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.264	0.185		6.826	<0.001
1. ด้านเวลา	0.113	0.047	0.119	2.419	0.016
2. ด้านการเงิน	0.309	0.050	0.307	6.161	<0.001
3. ด้านความพยายาม	0.307	0.046	0.359	6.753	<0.001
R = 0.685 ^a R ² = 0.469 Adj R ² = 0.465 F = 112.350 Sig = 0.001 Durbin Watson = 1.907					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.26 จากการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยการทดสอบว่า ค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกันหรือไม่ตามเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin Watson ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบปรากฏค่า Durbin Watson = 1.907 ซึ่งมีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5-2.5) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) สรุป e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ $R = 0.685^a$ และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ร้อยละ 46.9 ($R^2 = 0.469$) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 112.350$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุง $Adj R^2 = 0.465$ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของการรับรู้คุณค่าใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวค่าน้ำของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.5 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

เมื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณค่ารายด้าน พบว่า ด้านเวลา ($\beta = 0.119, p=0.016$) ด้านการเงิน ($\beta = 0.307, p<0.01$) และด้านความพยายาม ($\beta = 0.359, p<0.01$) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวค่าน้ำของนักท่องเที่ยว

สามารถเขียนเป็นสมการ พยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้
สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนดิบ

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว = $1.264 + 0.113$ (ด้านเวลา) + 0.309 (ด้านการเงิน) + 0.307 (ด้านความพยายาม)

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนมาตรฐาน

พฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว = 0.119 (ด้านเวลา) + 0.307 (ด้านการเงิน) + 0.359 (ด้านความพยายาม)

ตารางที่ 4.27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
1	องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวค่าน้ำของนักท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
2	การรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวค่าน้ำที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวค่าน้ำของนักท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำนํ้าในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวดำนํ้า จังหวัดชุมพร 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำนํ้า จังหวัดชุมพร 3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำนํ้า จังหวัดชุมพร 4. เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำนํ้าของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร 5. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าในการท่องเที่ยวดำนํ้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวนครั้งที่มาดำนํ้าส่วนใหญ่อยู่ที่จำนวน 2 ครั้ง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนหรือญาติแนะนำ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำนํ้าในจังหวัดชุมพร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำนํ้าในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำนํ้าในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในระดับมาก โดยด้านกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก ด้านความสะดวกในการเดินทาง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งดำน้ำ และความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน รองลงมา คือ แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น มีทุ่งดอกไม้ทะเลหลายสีสัน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสายพันธุ์ต่างๆ และปลาลามวาฬ แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความหลากหลายและน่าสนใจ ความสะอาดของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร และความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความสะดวกในการเดินทาง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและเพียงพอ และมีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว และมีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านที่พัก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความเหมาะสม ราคาที่พักมีความเหมาะสม มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว และที่พักเพียงพอต่อความต้องการ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านกิจกรรม ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยที่สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำให้อาหารปลา นั่งแพเป็ยก หรือรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะกับการดำน้ำ จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล สามารถพบเห็นจำพวก

สัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความน่าตื่นเต้น ท้าทาย และทัศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความพยายาม และด้านเวลา ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านเวลา ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำจังหวัดชุมพร มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป และระยะเวลาของการทำกิจกรรมดำน้ำในแหล่งดำน้ำเหมาะสมและเพียงพอในการทำกิจกรรมดำน้ำ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านการเงิน ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความ สมเหตุสมผล และราคาไม่แพง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ราคาค่าบริการเป็นไปตามสภาวะของเศรษฐกิจในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคาสินค้า มีความยุติธรรมเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ และราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ด้านความพยายาม ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านเดินทางมาดำน้ำที่จังหวัดชุมพรมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านดำน้ำลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเลมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่ ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการแนะนำบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา และท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร การแนะนำบอกต่อ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว และท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (ผลการทดสอบสมมติฐาน)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน คุณค่าด้านความพยายามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถเรียงลำดับตามขนาดของความสัมพันธ์จากมากไปน้อยได้ดังนี้ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ, การรับรู้คุณค่า ด้านความพยายาม, การรับรู้คุณค่า ด้านการเงิน, องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม, การรับรู้คุณค่า ด้านเวลา, องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านที่พัก, องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัว องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน คุณค่าด้านความพยายามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multi collinearity) พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการรับรู้คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านเวลา คุณค่าด้านการเงิน คุณค่าด้านความพยายามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือเป็นอิสระต่อกัน

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำเนินในจังหวัดชุมพร ($B=1.594$, $p<0.01$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวรายด้าน พบว่า องค์ประกอบด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การท่องเที่ยว จำนวน 2 ด้านเท่านั้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\beta = 0.519, p < 0.01$) และด้านกิจกรรม ($\beta = 0.235, p < 0.01$)

การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำในจังหวัดชุมพร ($B = 1.264, p < 0.01$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 เมื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณค่ารายด้าน พบว่า การรับรู้คุณค่าทุกด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวดำน้ำของนักท่องเที่ยว คือ ด้านเวลา ($\beta = 0.119, p = 0.016$) ด้านการเงิน ($\beta = 0.307, p < 0.01$) และด้านความพยายาม ($\beta = 0.359, p < 0.01$)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร พบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ ดวงใจ ฤตีสถิต (2563) ที่ทำการศึกษารายการองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และ เตือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ที่ทำการศึกษารายการองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งค้นพบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกกับความตั้งใจมาเที่ยว นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Arpornpisal (2018) ที่ทำการศึกษารายการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางไปเยี่ยมชมองค์พระปฐมเจดีย์นครปฐม ประเทศไทย ซึ่งค้นพบว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกกับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร พบว่า การรับรู้คุณค่าส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยการรับรู้คุณค่า ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม ส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณและคณะ (2563) ที่ศึกษาเรื่องโมเดลสมการโครงสร้าง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวภาคอีสาน ประเทศไทย แล้วค้นพบว่า การรับรู้คุณค่าด้านเวลา การรับรู้คุณค่าด้านการเงิน และการรับรู้คุณค่าด้านความพยายามส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Minseong & Thapa (2018) ที่ศึกษาคุณค่าที่รับรู้และกระแสประสบการณ์การประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งค้นพบว่า การรับรู้คุณค่าส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการตั้งใจมาเที่ยว และผล

การศึกษาของ อทิตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา (2558) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และค้นพบว่า การรับรู้คุณค่าทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเวลา ด้านการเงิน และด้านความพยายาม ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรม ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรมีการสนับสนุนด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่ดีของจังหวัดต่อไป

2. จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น ที่ส่งผลต่อความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในกรณีของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวรวมถึงการจัดทำการประเมินผลกระทบในแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของเกาะต่างๆ ได้แก่ ปะการัง ดอกไม้ทะเล ยังคงสมบูรณ์ ซึ่งหากไม่มีการศึกษาอาจเกิดความเสียหายสูงต่อการถูกทำลายจากจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในอนาคต

2. ควรเพิ่มปัจจัยในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลการศึกษามากขึ้น เช่น ด้านความปลอดภัย การพัฒนาด้านการสื่อสาร ด้านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาเชิงลึกของผู้ประกอบการด้านนี้ ด้านการตลาด ด้านการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและความเชี่ยวชาญ รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านความพร้อม ความร่วมมือ การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านนี้ และมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวด้านนี้

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562, 23 สิงหาคม). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2561*.
<https://www.mots.go.th/news/category/531>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563, 5 พฤศจิกายน). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2562*.
<https://www.mots.go.th/news/category/618>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564, 25 มกราคม). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2563*.
<https://www.mots.go.th/news/category/594>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565, 21 มกราคม). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2564*.
<https://www.mots.go.th/news/category/630>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565, 23 มกราคม). *สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2565*.
<https://www.mots.go.th/news/category/657>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤติมา ประวัตติเจริญ. (2565). ปัจจัยด้านฐานทรัพยากรของตราสินค้าแฟชั่นออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1(3)*, 208-225.
- กานต์ธิดา พรหมสวาสดี. (2563). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]*. <https://repository.nida.ac.th/bitstream/handle/662723737/5573/5821711008.pdf>
- คณะกรรมการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งจังหวัดชุมพร. (2563). *รายงานสถานการณ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งและการกัดเซาะชายฝั่งจังหวัดชุมพร*. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 1(2)*, 11-24.
- คัชพล จันเพชร. (2564). การศึกษาการรับรู้คุณค่าด้านการเงิน และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรม และการบริโภคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 1(1)*, 13-26.
- ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล, เพ็ชรารมณ์ ชัชวาลชาญนิกิจ, และพรรณรัตน์ อารมณ์พิศาล (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัย:ฉบับบัณฑิตศึกษา, 9(2)*, 42-48.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชยพล ฉัตรชัยเดช และสุรีย์ เข้มทอง. (2565). การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการท่องเที่ยวประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(6), 518-539.
- ชัยวิชญ์ ม่วงหมี และคณะ. (2562). รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(2), 125-137.
- เขียนเหวิน หลี. (2561). การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2578>
- ดวงใจ ฤดีสถิต. (2563). องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวทัวร์ไหว้พระของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. <http://irithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1427/1/gs602130021.pdf>
- ต้นติกร โคตรชารี และคณะ. (2564). การศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวการเลือกเมืองจุดหมายปลายทางและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/download/249672/170729/890153
- เดือนใจ จันท์หมื่น. (2562). การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยรามคำแหง. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun17/6114070096.pdf>
- ทิชากร เกสรบัว. (2565). พฤติกรรมและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวในวิสาหกิจชุมชนเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 14(2), 85-103.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. ใน *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (น. 467-480). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์.พรินต์ติ้งแมสโปรดักส์.
- นัชชนลิน อินทนุพัฒน์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนศิขรภูมิจังหวัดสุรินทร์. *Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University*, 22(1), 181-198.
- นัทธีรา พุมมาพันธุ์. (2018). ความสัมพันธ์ของการตลาดภายในและการตลาดภายนอก. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก*, 4(2), 116-128.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บริหารส่วนจังหวัดชุมพร. (2562, 14 มกราคม). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดชุมพร*. <https://www.Chppao.go.th/content/general>
- เบญจวรรณ ขวัญมา. (2021). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวตลาดโถงโค้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *Academic Journal of Thailand National Sports University, 13(2)*, 125-134.
- พลากร แก้วทิพย์. (2020). การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3344/1/TP%20MS.046%202562.pdf>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร. (2562, 26 มิถุนายน). *แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร*. <https://chumphon.mots.go.th/article>
- สุพร อ่อนพุทธา และคณะ (2566). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวเจนซีสายมูเตลู. *วารสารสยามวิชาการ, 24(1)*, 75-94.
- ศิวพร มีนาภา. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4012>
- อรชร มณีสงฆ์ และดร.พัชรา ตันติประภา. (2561). ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 14(1)*, 4-16.
- อัครพงศ์ อินทอง และมิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2553). ภาพลักษณ์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้สถานการณ์วิกฤตการณ์เมืองไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์, 28(3)*, 55-98.
- อัจฉราพรรณ ตั้งจาทูโรโสภณ และคณะ. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. *วารสารชุมชนวิจัย, 14(2)*, 174-188.
- เอมมิกา ปานอุทัย, และกัมปนาท สิริโยธา. (2563). การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคและคุณภาพการบริการที่มีต่อความมีชื่อเสียงของตราสินค้า กรณีศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นระดับพรีเมียมในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. <https://incbaa.kku.ac.th/img/files/articles/3fedf-29.e1-132.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อติตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุตตา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, ๔(1) 114-123
- อดิลักษณ์ พุ่มอ้อม. (2566). การวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยองค์ประกอบ ศักยภาพในการดึงดูดใจและการรองรับ ด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในจังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 18(1) 16-34
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: *A theory of planned behavior*, 11-39 Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Arpornpisal, C. (2018). Tourism elements influence the decision making in traveling to visit Phra Pathom Chedi, Nakhon Pathom, Thailand. *Asian Administration & Management Review*, 1(1).
- Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2019). *The tourism industry: An overview* (pp. 3-27). Springer International Publishing.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality And The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*. 36 (7/8). 811-828.
- Carvache-Franco, M., Alvarez-Risco, A., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Estrada-Merino, A., & Villalobos-Alvarez, D. (2022). Perceived value and its influence on satisfaction and loyalty in a coastal city: a study from Lima, Peru. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 14(2), 115-130. <https://doi.org/10.1080/19407963.2021.1883634>
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Journal of Tourism management*, 31(1), 29-35.
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Chi, X., Lee, S. K., Ahn, Y. J., & Kiatkawsin, K. (2020). Tourist-perceived quality and loyalty intentions towards rural tourism in China. *Sustainability*, 12(9), 3614.
- Chuaybumrung, T. (2013). Role of Local Government Organization and Sustainable Tourism Development Based on the Concept of Sufficiency Economy. Cabinet Press and the Royal Gazette.
- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. *Journal of the American Statistical Association*, 48(264), 673-716.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). Business research methods. 9th ed. New York: McGraw-hill.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*. (16), 297-334
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*, 2nd ed., Australia: Hodder Education.
- Dumlag, K., Prangjarearnsre, K., Sreprajan, V. and Phangniran, B. (2015). Antecedents affecting on tourists' destination loyalty of Phuket province. *Journal of the Association of Researchers*, 2(2), 81-93
- Feng, B. (2021). อิทธิพลของการรับรู้การรับรู้คุณค่าและการรับรู้วัฒนธรรมไทยต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด-19 [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/5063>
- Gallarza, M., and Saura, I. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437-452
- HAN, P. (2020). แนวทางการพัฒนาความภักดีด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 7(1), 92-106. <https://doi.org/10.14456/jmsnpru.2020.7>
- Hardjanti, F. D., & Promsivapallop, P. (2019). Factors influencing perceived value and behavioral intentions: A Study of western tourists in Indonesian Ethnic Restaurants in Indonesia. *Journal of International Studies, Prince of Songkla University*, 9(2), 86-113.
- Hinkle, D.E, William ,W. and Stephen G. J.. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences*. New York : Houghton Mifflin.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Janita, M. S., & Miranda F. J. (2013). EXPLORING SERVICE QUALITY DIMENSIONS IN B2B e-MARKETPLACES. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(4), 363-386.
- Kim, M., & Thapa, B. (2018). Perceived value and flow experience: Application in a nature-based tourism context. *Journal of destination marketing & management*, 8, 373-384.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2009). *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed). Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Lennon, R., Weber, J. M., & Henson, J. (2001). A Test of a Theoretical Model of Consumer Travel Behavior: German Consumers' perception of Northern Ireland as a Tourist Destination. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1) 51-62.
- MGR ONLINE. (2563, 12 พฤศจิกายน). *สุดอันซีน! “เส้นทางศึกษาธรรมชาติใต้น้ำ” แห่งแรกในไทย ที่ อช.หมู่เกาะชุมพร*. <https://mgronline.com/travel/detail>
- Morrison, A. M. (2020). Marketing and managing city tourism destinations. In *Routledge Handbook of Tourism Cities* (pp. 135-161). Routledge.
- MTHAI. (2561, 21 พฤษภาคม). *เกาะร้านเบ็ด เกาะร้านไก่ อันซีนทะเลชุมพร*. <https://travel.mthai.com/region/180801.html>
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: Mac Graw-Hill
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed). New York : McGraw-Hill.
- Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 74-83.
- Pelasol, M. R. J., Tayoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K., & Lahaylahay, C. (2012). Igcabugao: a potential tourist destination in the southern part of Iloilo, Philippines. *EDITORIAL BOARD*, 71.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Pota, P., & Nopudomphan, K. (2023). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 9(1), 82-92.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977) On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- Thai-Tour.Com. (2562). *ชุมพรสถานที่ท่องเที่ยว*. <https://www.thai-tour.com/place/Chumphon>.
- Ticket 2 Attractions. (2565, กุมภาพันธ์). *10 จุดดำน้ำที่ทะเลชุมพร*. <https://www.ticket2attraction.com/th/blogs/10-snorkeling-spots-of-chumphon>.
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2018). *Global Report on Inclusive Tourism Destinations: Model and Success Stories*. Madrid: UNWTO.
- Upekshani, T. G. Y. & Samaraweera, K. G., (2019). An empirical analysis to investigate the influence of 5A's on domestic tourists' satisfaction in Hikkaduwa, Sri Lanka.
- Yadanar, I. (2021). An analysis of the attributes affecting tourists' satisfaction towards Inle' destination in Shan State [Master's thesis]. <http://dspace.bu.ac.th/handle>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยว ดำเนินในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำเนินในจังหวัดชุมพร
2. ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ได้พิจารณาและตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำเนินในจังหวัดชุมพร
3. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น มี 5 ส่วน ได้แก่
 - ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวดำเนินในจังหวัดชุมพร
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวดำเนินในจังหวัดชุมพร
 - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวดำเนินในจังหวัดชุมพร
 - ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณทุกท่าน

อาทิตยา ตรีรัตน์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพร

เขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง และกรอกข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20 – 30 ปี 3) 31 – 40 ปี
 4) 41 – 50 ปี 5) 51 – 60 ปี 6) มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส 3) หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) ปริญญาโท หรือสูงกว่า

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) พนักงานบริษัทเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ
 3) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ 4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 5) อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000 – 20,000 บาท
 3) 20,001 – 30,000 บาท 4) มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

7. ท่านเคยเดินทางมาดำน้ำที่จังหวัดชุมพรกี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)

- 1) 1 ครั้ง 2) 2 ครั้ง 3) 3 ครั้งหรือมากกว่า

8. ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในครั้งนี้

- 1) 2 วัน 2) 3 วัน 3) 4 วันหรือมากกว่า

9. การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

- 1) จากประสบการณ์เดิม 2) เพื่อนหรือญาติแนะนำ
 3) จากปากต่อปาก 4) อื่นๆ ระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวตัวน้ำในจังหวัด

ชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

ระดับมากที่สุด = 5

ระดับมาก = 4

ระดับปานกลาง = 3

ระดับน้อย = 2

ระดับน้อยที่สุด = 1

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการ ท่องเที่ยวตัวน้ำในจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความหลากหลาย และน่าสนใจ					
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร					
3. ความสะอาดของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร					
4. แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะ เช่นมีทุ่งดอกไม้ทะเล หลายสีสัน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสาย พันธุ์ต่างๆ และปลาฉลามวาฬ					
5. ความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งดำน้ำ					
6. ความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งดำ น้ำทะเลชุมพร					
ด้านความสะดวกในการเดินทาง					
7. การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและ เพียงพอ					
8. ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน					
9. มีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยัง สถานที่ท่องเที่ยว					
10. สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลาย เส้นทาง					
11. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ ท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการ ท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
12. มีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ ท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
13. มีความหลากหลายของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม					
14. มีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
15. ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมี ความชัดเจน					
16. มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และ ถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว					
17. มีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณ อินเทอร์เน็ต					
18. มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ					
ด้านที่พัก					
19. ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ					
20. ราคาที่พักมีความเหมาะสม					
21. ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และ ปลอดภัย					
22. สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความ เหมาะสม					
23. มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านกิจกรรม					
24. สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายของ กิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำ ให้อาหารปลา นั่งแพเป็ยก หรือรับประทานอาหาร					
25. กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมี ความน่าตื่นเต้น ทำทาย					
26. จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล					
27. ทศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ)					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการ ท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
28. กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะกับการ ดำน้ำ					
29. สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และ สัตว์หายาก					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัด

ชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านเวลา					
1. ระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งผจญภัยในจังหวัดชุมพรมีความเหมาะสม					
2. ระยะเวลาของการทำกิจกรรมผจญภัยในแหล่งผจญภัยที่เหมาะสมและเพียงพอในการทำกิจกรรมผจญภัย					
3. การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป					
ด้านการเงิน					
4. ราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความสมเหตุสมผล และราคาไม่แพง					
5. ราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการท่องเที่ยว					
6. ราคาค่าบริการเป็นไปตามสถานะของเศรษฐกิจในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม					
7. ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคาสินค้า มีความยุติธรรมเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ					
ด้านความพยายาม					
8. ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านเดินทางมาดำน้ำที่จังหวัดชุมพรมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่					
9. ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านดำน้ำลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเลมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมา เที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดในจังหวัด ชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ					
1. ท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ต่อไป					
2. ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบ ประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ					
3. ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา					
การแนะนำบอกต่อ					
4. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว					
5. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ					
6. ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการ ท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข
คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวอาทิชา ตรีนันทวัน นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64620033 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชากรที่มีความตั้งใจมาด้านน้ำในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(อาทิชา ตรีนันทวัน)

นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.วิษุตา มาชู

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวดำน้ำในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวอาทิชา ตรีนันทวัน นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64620033 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชากรที่มีความตั้งใจมาดำน้ำในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(อาทิชา ตรีนันทวัน)

นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น *สุวิภา*

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.สุวิภา วุฒิโสภณ

หน่วยงาน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและคุณค่าการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวด้านน้ำในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวอาทิชา ตรีนันทวัน นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64620033 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชากรที่มีความตั้งใจมาด้านน้ำในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(อาทิชา ตรีนันทวัน)

นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC)

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
เพศ						
1	ชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	หญิง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
อายุ						
1	ต่ำกว่า 20 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	20 – 30 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	31 – 40 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	41 – 50 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	51 – 60 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	มากกว่า 60 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
สถานภาพ						
1	โสด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	สมรส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	หย่าร้าง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา						
1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
อาชีพ						
1	นักเรียน/นักศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	พนักงานบริษัทเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
1	ต่ำกว่า 10,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	10,000 – 20,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	20,001 – 30,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ท่านเคยเดินทางมาดำน้ำที่จังหวัดชุมพรกี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)						
1	1 ครั้ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	2 ครั้ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	3 ครั้งหรือมากกว่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในครั้งนี้						
1	2 วัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	3 วัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	4 วันหรือมากกว่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว						
1	จากประสบการณ์เดิม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	เพื่อนหรือญาติแนะนำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	จากปากต่อปาก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวด่านน้ำในจังหวัด

ชุมพร

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ						
1	แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความหลากหลายและ น่าสนใจ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ความสะอาดของแหล่งดำน้ำทะเลชุมพร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	แหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่นมีทุ้งดอกไม้ทะเลหลายสี สีน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสายพันธุ์ต่างๆ และปลาฉลามวาฬ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งดำน้ำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	ความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งดำน้ำทะเล ชุมพร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านความสะดวกในการเดินทาง						
7	การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและเพียงพอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
8	ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9	มีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
10	สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
11	ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
12	มีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก						
13	มีความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
14	มีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
15	ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
16	มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
17	มีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
18	มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ด้านที่พัก						
19	ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
20	ราคาที่พักมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
21	ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
22	สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
23	มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านกิจกรรม						
24	สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำ ให้อาหารปลา นั่งแพเป็ยก หรือ รับประทานอาหาร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
25	กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความน่าตื่นเต้น ท้าทาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
26	จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้น้ำที่ท่องเที่ยว	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้
27	ทัศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ)	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้
28	กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะกับการดำน้ำ	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้
29	สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวด่านน้ำในจังหวัด

ชุมพร

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ด้านเวลา						
1	ระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่ง ด่านน้ำจังหวัดชุมพรมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ระยะเวลาของการทำกิจกรรมด่านน้ำในแหล่งด่านน้ำ เหมาะสมและเพียงพอในการทำกิจกรรมด่านน้ำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านการเงิน						
4	ราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความ สมเหตุสมผล และราคาไม่แพง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	ราคาค่าบริการเป็นไปตามสถานะของเศรษฐกิจใน ปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7	ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคาสินค้า มีความ ยุติธรรมเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านความพยายาม						
8	ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านเดินทางมาด่านน้ำที่ จังหวัดชุมพรมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9	ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านด่านน้ำลงไปเพื่อชม บรรยากาศใต้ท้องทะเลมีการรับรู้คุณค่าหรือไม่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดน้ำในจังหวัดชุมพร

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ						
1	ท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งต่อไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบ ประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การแนะนำบอกต่อ						
4	ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัว ญาติหรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	43

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Attrac1	182.9792	280.994	.608	.957
Attrac2	182.9974	280.195	.618	.957
Attrac3	182.9818	279.231	.661	.957
Attrac4	182.9558	277.912	.695	.957
Attrac5	182.9091	277.562	.720	.957
Attrac6	182.9117	277.487	.724	.957
Acces1	183.2078	280.983	.437	.959
Acces2	183.0909	283.713	.484	.958
Acces3	183.0494	283.505	.498	.958
Acces4	183.0519	282.435	.555	.958
Acces5	183.1403	277.876	.676	.957
Acces6	183.3429	274.689	.589	.958
Am1	183.1013	276.050	.679	.957
Am2	183.2727	276.084	.625	.957
Am3	183.1558	277.403	.706	.957
Am4	183.1610	277.969	.688	.957
Am5	183.0779	282.556	.485	.958
Am6	183.0935	283.267	.483	.958
Accom1	183.0390	277.657	.694	.957
Accom2	182.9896	284.489	.538	.958
Accom3	182.9740	282.895	.572	.958
Accom4	182.9740	284.197	.523	.958
Accom5	183.0312	279.832	.631	.957

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Acti1	182.8390	284.448	.551	.958
Acti2	182.9481	284.159	.547	.958
Acti3	182.8753	283.156	.591	.957
Acti4	182.9584	284.378	.552	.958
Acti5	182.8571	283.289	.604	.957
Acti6	182.9584	284.295	.528	.958
Time1	182.9169	284.181	.550	.958
Time2	183.0779	279.145	.676	.957
Time3	182.9299	284.946	.520	.958
Mon1	182.8416	283.488	.583	.958
Mon2	182.9610	283.840	.562	.958
Mon3	182.8753	284.240	.530	.958
Ef1	182.8987	285.498	.478	.958
Ef2	182.9610	278.918	.671	.957
Re1	182.8545	285.093	.541	.958
Re2	182.9299	286.914	.417	.958
Re3	182.8779	280.201	.644	.957
Wom1	182.8104	285.800	.497	.958
Wom2	182.9844	281.802	.579	.958
Wom3	182.7740	286.128	.497	.958

เพศ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ชาย	188	48.8	48.8	48.8
หญิง	197	51.2	51.2	100.0
Total	385	100.0	100.0	

อายุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.2	4.2	4.2
21 – 30 ปี	150	39.0	39.0	43.1
31 – 40 ปี	183	47.5	47.5	90.6
41 – 50 ปี	27	7.0	7.0	97.7
51 – 60 ปี	6	1.6	1.6	99.2
มากกว่า 60 ปี	3	.8	.8	100
Total	385	100.0	100.0	

สถานภาพ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
โสด	139	36.1	36.1	36.1
สมรส	225	58.4	58.4	94.5
หย่าร้าง	21	5.5	5.5	100.0
Total	385	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	100	26.0	26.0	26.0
ปริญญาตรี	259	67.3	67.3	93.2
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	26	6.8	6.8	100.0
Total	385	100.0	100.0	

อาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
นักเรียน/นักศึกษา	30	7.8	7.8	7.8
พนักงานบริษัทเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ	124	32.2	32.2	40.0
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ	119	30.9	30.9	70.9
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	105	27.3	27.3	98.2
อื่นๆ	7	1.8	1.8	100.0
Total	385	100.0	100.0	

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 10,000 บาท	22	5.7	5.7	5.7
10,000 – 20,000 บาท	187	48.6	48.6	54.3
20,001 – 30,000 บาท	147	38.2	38.2	92.5
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	29	7.5	7.5	100.0
Total	385	100.0	100.0	

ท่านเคยเดินทางมาดำนํ้าที่จังหวัดชุมพรกี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 ครั้ง	155	40.3	40.3	40.3
2 ครั้ง	181	47.0	47.0	87.3
3 ครั้งหรือมากกว่า	49	12.7	12.7	100.0
Total	385	100.0	100.0	

ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2 วัน	129	33.5	33.5	33.5
3 วัน	212	55.1	55.1	88.6
4 วันหรือมากกว่า	44	11.4	11.4	100.0
Total	385	100.0	100.0	

การเข้าถึงการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
จากประสบการณ์เดิม	107	27.8	27.8	27.8
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	180	46.8	46.8	74.6
จากปากต่อปาก	90	23.4	23.4	98.0
อื่นๆ	8	2.0	2.0	100.0
Total	385	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
แหล่งจำหน่ายทะเลชุมพรมีความหลากหลายและน่าสนใจ	385	3.00	5.00	4.37	.665
ความมีชื่อเสียงของแหล่งจำหน่ายทะเลชุมพร	385	2.00	5.00	4.35	.691
ความสะอาดของแหล่งจำหน่ายทะเลชุมพร	385	2.00	5.00	4.36	.691
แหล่งจำหน่ายทะเลชุมพรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น มีทุ่งดอกไม้ทะเลหลายสีสัน มีปะการังหลายชนิด มีปลาสายพันธุ์ต่างๆ และปลาฉลามวาฬ	385	3.00	5.00	4.39	.711
ความสวยงามใต้ท้องทะเลของแหล่งจำหน่าย	385	3.00	5.00	4.43	.704
ความสวยงามและบรรยากาศของแหล่งจำหน่ายทะเลชุมพร	385	3.00	5.00	4.43	.704
การบริการรถสาธารณะอย่างทั่วถึงและเพียงพอ	385	1.00	5.00	4.14	.899
ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	385	2.00	5.00	4.25	.665
มีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว	385	2.00	5.00	4.30	.656
สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	385	2.00	5.00	4.29	.650
ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	385	2.00	5.00	4.20	.734
มีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว	385	1.00	5.00	4.00	.989
มีความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	385	1.00	5.00	4.24	.809

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีร้านจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	385	1.00	5.00	4.08	.872
ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	385	2.00	5.00	4.19	.724
มีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำสาธารณะ และถังขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยว	385	2.00	5.00	4.18	.720
มีบริการสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต	385	1.00	5.00	4.27	.728
มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	385	1.00	5.00	4.25	.691
ที่พักรับรองต่อความต้องการ	385	3.00	5.00	4.30	.725
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	385	3.00	5.00	4.36	.560
ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย	385	3.00	5.00	4.37	.608
สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักมีความเหมาะสม	385	2.00	5.00	4.37	.591
มีที่พักให้บริการใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว	385	2.00	5.00	4.31	.694
สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรม เช่น ถ่ายรูปใต้น้ำ ให้อาหารปลา นั่งแพเป็ยก หรือรับประทานอาหาร	385	3.00	5.00	4.50	.550
กิจกรรมต่างๆ ในแหล่งดำน้ำทะเลชุมพรมีความน่าตื่นเต้น ทำทาย	385	3.00	5.00	4.39	.573
จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล	385	3.00	5.00	4.47	.572
ทัศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ)	385	2.00	5.00	4.39	.553
กระแสน้ำและอุณหภูมิในน้ำเหมาะสมกับการดำน้ำ	385	3.00	5.00	4.49	.559
สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก	385	2.00	5.00	4.39	.581
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ระยะเวลาการเดินทางมายังสถานที่ ท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำจังหวัดชุมพรมี ความเหมาะสม	385	3.00	5.00	4.42	.568
ระยะเวลาของการทำกิจกรรมดำน้ำ ในแหล่งดำน้ำเหมาะสมและเพียงพอ ในการทำกิจกรรมดำน้ำ	385	3.00	5.00	4.27	.680
การท่องเที่ยวคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป	385	3.00	5.00	4.42	.553
ราคาค่าบริการของสถานที่ท่องเที่ยว มีความ สมเหตุสมผล และราคาไม่ แพง	385	3.00	5.00	4.50	.477
ราคาค่าบริการมีการรับรู้คุณค่ากับ เงินที่ใช้จ่ายไป หรือเสียไปกับการ ท่องเที่ยว	385	3.00	5.00	4.38	.568
ราคาค่าบริการเป็นไปตามสถานะของ เศรษฐกิจใน ปัจจุบัน การท่องเที่ยวมี ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม	385	3.00	5.00	4.47	.581
ราคาค่าบริการต่าง ๆ และราคา สินค้า มีความ ยุติธรรมเหมาะสมกับ สิ่งที่ได้รับ	385	3.00	5.00	4.43	.555
ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่าน เดินทางมาดำน้ำที่จังหวัดชุมพรมีการ รับรู้คุณค่าหรือไม่	385	3.00	5.00	4.45	.566
ท่านคิดว่าความพยายามที่ท่านดำน้ำ ลงไปเพื่อชมบรรยากาศใต้ท้องทะเลมี การรับรู้คุณค่าหรือไม่	385	3.00	5.00	4.38	.694
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งต่อไป	385	3.00	5.00	4.49	.525
ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะใช้งบประมาณไม่มากแต่คุ้มค่ากับความสนุกที่ได้รับ	385	3.00	5.00	4.42	.544
ท่านตั้งใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีเวลา	385	3.00	5.00	4.47	.665
ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้กับคนใกล้ชิด ครอบครัวญาติหรือเพื่อนสนิทมาท่องเที่ยว	385	3.00	5.00	4.54	.529
ท่านตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลอื่นๆ	385	3.00	5.00	4.36	.655
ท่านจะบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว	385	3.00	5.00	4.57	.510
Valid N (listwise)	385				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		RW	AttracT	AccesT	AmT	AccomT	ActiT	TimeT	MonT	EFT
RW	Pearson Correlation	1	.710	.366	.470	.539	.652	.593	.693	.696
	Sig. (1-tailed)		.001	.001	.001	.001	.001	.001	.001	.001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
AttracT	Pearson Correlation	.710	1	.482	.568	.612	.618	.589	.530	.573
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
AccesT	Pearson Correlation	.366	.482	1	.589	.496	.428	.482	.404	.354
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
AmT	Pearson Correlation	.470	.568	.589	1	.677	.541	.575	.489	.508
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
AccomT	Pearson Correlation	.539	.612	.496	.677	1	.586	.602	.489	.540
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
ActiT	Pearson Correlation	.652	.618	.428	.541	.586	1	.602	.672	.571
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
TimeT	Pearson Correlation	.633	.617	.477	.592	.635	.628	1	.577	.671
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ภายใต้ลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MonT	Pearson Correlation	.693	.530	.404	.489	.489	.672	.548	1	.634
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
EFT	Pearson Correlation	.696	.573	.354	.508	.540	.571	.622	.634	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.685 ^a	.469	.462	.33307	1.849

a. Predictors : (Constant), ActiT, AccessT, AccomT, Attract, AmT

b. Dependent Variable : RW

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.074	5	7.415	66.840	.001 ^b
	Residual	42.044	379	.111		
	Total	79.118	384			

a. Dependent Variable : RW

b. Predictors : (Constant), ActiT, AccessT, AccomT, Attract, AmT

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.685 ^a	.469	.465	.33194	1.907

a. Predictors : (Constant), EFT, TimeT, MonT

b. Dependent Variable : RW

ANOVA^a

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.138	3	12.379	112.350	.001 ^b
	Residual	41.980	381	.110		
	Total	79.118	384			

a. Dependent Variable : RW

b. Predictors : (Constant), Eft, TimeT, MonT

Coefficients^a

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.594	0.192		8.286	<0.001
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	0.406	0.041	0.519	9.782	<0.001
2. ด้านความสะดวกในการเดินทาง	-0.036	0.035	-0.049	-1.016	0.310
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.029	0.043	-0.038	-0.678	0.498
4. ด้านที่พัก	0.057	0.052	0.062	1.102	0.271
5. ด้านกิจกรรม	0.257	0.056	0.235	4.611	<0.001

R = 0.685^a R² = 0.469 Adj R² = 0.462 F = 66.840 Sig = 0.001 Durbin Watson = 1.849

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.685 ^a	.469	.462	.26558	.469	66.840

Model Summary^b

Model	Change Statistics			Durbin-Watson
	df1	df2	Sig. F Change	
1	5	378	<.001	1.849

a. Predictors: (Constant), ActiT, AccesT, AccomT, AttracT, AmT

b. Dependent Variable: RW

Coefficients^a

	Unstandardized	Standardized		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบุคลากรในหน่วยงานเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรับรู้คุณค่า	Coefficients		Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error	Beta		
Constant	1.264	0.185		6.826	<0.001
1. ด้านเวลา	0.113	0.047	0.119	2.419	0.016
2. ด้านการเงิน	0.309	0.050	0.307	6.161	<0.001
3. ด้านความพยายาม	0.307	0.046	0.359	6.753	<0.001
R =0.685 ^a R ² =0.469 Adj R ² =0.465 F=112.350 Sig=0.001 Durbin Watson=1.907					

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.685 ^a	.469	.465	.25667	.469	112.350

Model Summary^b

Model	Change Statistics			Durbin-Watson
	df1	df2	Sig. F Change	
1	380	378	<.001	1.907

a. Predictors: (Constant), EfT, TimeT, MonT

b. Dependent Variable: RW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - นามสกุล นางสาวอาทิตยา ตรีนันทวัน

วัน เดือน ปีเกิด 14 มีนาคม 2537

สถานที่เกิด จังหวัดชุมพร

สถานที่ศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่อยู่ 62/1 หมู่ 6 ตำบล ปากคลอง อำเภอ ปะทิว จังหวัด ชุมพร 86210

เบอร์โทรศัพท์ 063-1543116

E-mail Articha.tree@gmail.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้